

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

MARIANA MATTOS DE ALMEIDA CRUZ

O DISCURSO TELEJORNALÍSTICO ENTRE BRASIL E FRANÇA: JORNAL
NACIONAL E LE 20 HEURES

CURITIBA

2013

MARIANA MATTOS DE ALMEIDA CRUZ

O DISCURSO TELEJORNALÍSTICO ENTRE BRASIL E FRANÇA: JORNAL
NACIONAL E LE 20 HEURES

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social habilitação em Jornalismo, setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Mário Messagi Jr.

CURITIBA

2013

*Agradeço a Deus, em primeiro lugar, a minha
família, pelo seu apoio incondicional, e a meu orientador,
pela direção.*

*Dedico este trabalho especialmente a meus avós,
Adalberto e Norma.*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
2 BRASIL E FRANÇA	8
2.1 Modelo Europeu x Modelo Americano	9
2.2 A influência dos valores norte-americanos de jornalismo no Brasil	14
2.3 Os dois jornalismo	18
2.3.1 A história do jornalismo brasileiro	18
2.3.2 Panorama histórico da televisão na França	22
2.3.3 Surgimento do telejornalismo na França	32
3 O DISCURSO	35
3.1 O enunciado	35
3.2 A enunciação	37
3.3 Rituais do discurso	38
4 RECORTES	40
4.1 Metodologia discursiva	40
4.2 Objetos: Jornal Nacional e Le 20 Heures	41
4.3 VT Padrão	47
5 ANÁLISE TÉCNICA	49
5.1 Formato	49
5.2 Conteúdo	49
5.3 Organização do jornal	50
6 ANÁLISE DO DISCURSO	54
6.1 Linguagem televisiva: códigos icônico, lingüístico e sonoro	54
6.2 Código icônico e sonoro	54
6.3 Código lingüístico	69
6.4 Efeitos de sentido: a temporalidade	75
6.5 Efeitos de sentido: espaço	77
6.6 Condições de aparecimento: históricas, políticas e culturais	79
6.7 Inscrição do enunciatário	84
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
8 REFERÊNCIAS	92
9 ANEXOS	99

1 INTRODUÇÃO

“Os brasileiros acreditam mais na mídia que no governo” (VIZEU e CORREIA, 2008, p. 11). A sentença, um tanto quanto hiperbólica, abre um dos capítulos do livro *A sociedade do Telejornalismo*, organizado por Alfredo Vizeu (2008), que retrata a importância que a televisão assumiu na sociedade brasileira em seus quase 60 anos de existência. A sentença de Vizeu, por ser possível, cobra reflexão. Ainda que mereça ponderações, a frase de efeito cumpre bem o papel de fazer ver que pensar o Brasil, hoje, sem levar em conta a televisão ou analisar a TV brasileira sem pensar no modo como ela se relaciona com a configuração do país é ignorar a intrínseca relação dialógica que se dá cotidianamente entre o meio e os modos de agir e pensar daqueles que se relacionam com ela.

Muitos ainda julgam que a TV faz o quer com a audiência. Não é bem assim: ela não inventa, não impõe, não condiciona diretamente; ela tem os instrumentos para regular, quer dizer, ela consegue ordenar hábitos dispersos em códigos reconhecíveis e unificadores. (BUCCI, 1996, p.12).

A televisão, por sua característica, linguagem, e próprio discurso, se estabelece como um importante papel social no país, tendo uma relação de afinidade com a audiência; esta tem ganhado novas configurações ao longo do desenvolvimento do veículo no Brasil.

Para o brasileiro, essa ligação com a televisão está mais que enraizada na cultura do país. Rezende pontua a importância do veículo:

No caso brasileiro, a TV não é apenas um veículo do sistema nacional de comunicação. Ela desfruta de um prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população. (REZENDE, 2000, p. 23)

Seja pela alta presença nos domicílios, pela ostensividade gerada pelo fascínio do próprio objeto, pela linguagem característica do meio, ou por vários fatores culturais como a má distribuição de renda, baixos índices de escolarização, a concentração de propriedade de emissoras e a falta de pluralidade do conteúdo, a televisão tem no Brasil um papel mais relevante do que em outros países, como a França.

Do outro lado do atlântico, os foyers (lares) franceses nunca atingiram um índice tão alto de presença de televisores: em 2010, 98% dos lares tinham esse aparelho e cerca de 40% continham mais de um (CSA, 2011). E, de 2006 a 2010, a televisão se tornou a mídia mais relevante do país em investimentos em publicidade (33%), em oposição da decadência da imprensa (28%), e ainda a frente da internet (15%) (CSA, 2011).

Porém, a presença da televisão não explica o fenômeno cultural de neutralidade e descaso da elite política frente à esse meio, tampouco a escassez de pesquisas sobre televisão na Europa, em particular, na França (WOLTON, 2001). Pela regulamentação, trajetória histórica ou diferenças culturais, a televisão francesa possui características distintas das brasileiras: criada para fins educativos através do controle público, a televisão vivenciou e vivencia ainda diversas transformações de estrutura e conteúdo devido à privatização. Em um sistema em que os canais públicos e os privados convivem de maneira progressivamente desigual, a televisão adentra cada vez mais na lógica industrial submetida aos valores de mercado e, segundo Jacques Mousseau (1987), um meio de comunicação que condicionou a criação de uma necessidade social imperiosa e está no seu centro. Os franceses consagram a maior parte do seu lazer para assistir televisão, sendo em média 3 horas diárias (CSA, 2011), mas a importância que dão à esse meio é menor do que os brasileiros. E o conteúdo claramente é diferente, sendo abordados mais assuntos internacionais, filmes e séries na TF1, enquanto na emissora brasileira a maior parte da programação é ocupada com programas informativos e novelas.

O autor aponta que os estudos na França sobre televisão tratam majoritariamente de sua relação com o poder e dão pouca atenção às suas relações com o público, pois este ainda não era considerado um poder (MOUSSEAU, 1987). Situação que gradativamente tem mudado graças à inserção dos canais privados de televisão e o reconhecimento do público como potencial lucro. No Brasil, o foco no público como influenciador do conteúdo dominou a produção televisiva desde o início (REZENDE, 2000).

Além dos procedimentos e processos que fazem a televisão obter o papel social atual, o presente trabalho pretende analisar a produção de sentido que esse meio opera por meio do discurso produzido. Tendo por base a semiótica e a análise do discurso de Bakhtin, Pêcheux e Chardereau, o projeto foca a análise da produção de sentido, sem se reduzir à descrição da comunicação, mas englobando-a em um

processo de significação.

Assim, além dos processos de produção da notícia (representados pela teoria do newsmaking) ou pelo paradigma da manipulação das notícias, o presente trabalho busca identificar as estratégias discursivas produzidas por esse meio, e em que sentido o interlocutor e o enunciador estão presentes no discurso produzido. De fato, o objetivo da pesquisa se resume em identificar as diferenças de linguagem entre os perfis telejornalísticos do Brasil e da França.

Nesse sentido, o estudo se circunscreve a uma das modalidades do jornalismo televisivo, o telejornal apresentado no horário nobre (às 20 horas), representado em cinco edições consecutivas. Os telejornais selecionados são o Jornal Nacional, da emissora Globo, como exemplo brasileiro, e o *Le 20 heures*, da emissora TF1, como exemplo francês. O critério de escolha é embasado na audiência, influência e tradição nas respectivas mídias, tendo em consideração que a questão essencial é a identificação das diferentes linguagens e discursos produzidos por esses dois telejornais.

No terceiro capítulo do trabalho, serão justificados os objetos de análise (os dois telejornais) com base em critérios de audiência, influência, e tradição, além de um breve histórico de ambos. Para a amostragem, o corpus da pesquisa é composto por quatro telejornais diários, gravados dos dias 17 a 20 de dezembro de 2012. Os objetos de análise foram estabelecidos de acordo com critério de regularidades discursivas, e chegou-se ao VT Padrão de ambos os jornais.

Para a análise, consideraremos a notícia como discurso e, como tal, pertencente a um conjunto de convenções que ajudou a configurar o jornalismo como uma instituição socialmente reconhecida. Dentro de uma perspectiva de pesquisa sócio-semiótica, Alsina define a notícia como “(...) a representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível.” (ALSINA, 1996, p.185).

Em oposição à concepções de jornalismo tradicionais, derivadas do modelo norte-americano de jornalismo que o consideram como construído sob valores de imparcialidade e objetividade, Gaye Tuchman defende que a notícia não espelha a realidade, mas ajuda a constituí-la como um fenômeno social compartilhado, já que no processo de definir um acontecimento a notícia define e dá forma a esse acontecimento. Ou seja, a notícia está permanentemente definindo e redefinindo, constituindo e reconstituindo fenômenos sociais. Segundo Tuchman, o ato de

produzir a notícia é o ato de construir a própria realidade e não tanto a imagem da realidade.

Em relação ao gênero televisivo, a notícia é abordada como um discurso estruturado pelos discursos mais amplos da televisão e por elementos discursivos do meio. Seja ela ouvida no rádio, lida nos jornais ou vista na televisão, ganha muito de sua configuração das características do próprio meio no qual ela aparece.

Klaus Bruhn Jensen entende que “um gênero é uma forma cultural que apresenta a realidade social em uma perspectiva própria e, ao fazer isso, implica formas específicas de percepção e usos sociais do conteúdo”. (JENSEN, 1986, p.50). Assim, para o autor, o gênero estabelecerá um modo de comunicação ou uma situação comunicativa entre o emissor e o destinatário.

Por isso, o quarto capítulo será dedicado à análise das configurações da notícia como um gênero discursivo em relação às características que ela ganha quando elaborada para a transmissão na televisão, além de investigar os elementos que compõem esse discurso e suas estratégias discursivas. Para tanto, analisar-se-á a linguagem televisiva pela sua sintaxe, ou seja, pelos elementos que a compõem e que sentido produzem ao serem dispostos de diferentes combinações, como a utilização frequente da *passagem* nas reportagens televisivas brasileiras, ou os *offs* longos das francesas.

Ainda em relação à sua linguagem, a televisão, como meio de comunicação em si, fascina. Segundo Marcondes Filho, “a televisão fascina por outros meios e de maneira mais perspicaz que as demais formas de comunicação: ela introduz uma *linguagem* diferente, que primeiro atrai o receptor, para depois ser incorporada por ele” (1988, p.37). Não ousamos dizer que o espectador altera seus processos de cognição pela televisão, mas certamente muito dele é incorporado no discurso da televisão.

No discurso televisivo, o interlocutor é constitutivo do próprio ato de produção da linguagem, ele é um co-enunciador do texto, e não apenas mero codificador de mensagens, essa característica é imanente a todo discurso. Bakhtin instaura o dialogismo como princípio constitutivo da linguagem e condição de sentido do discurso: “A língua constitui um processo de evolução ininterrupto, que se realiza através da interação verbal dos locutores” (1992, p.127). Portanto, além dos elementos e estratégias discursivos próprios do meio, partimos do pressuposto que o receptor está incluso no discurso da televisão.

A análise dos telejornais selecionados será realizada nos capítulos seis e sete. Primeiramente será realizada a análise técnica comparativa de elementos verticais dos telejornais, focando em como a montagem é feita e a disposição das matérias. Num segundo momento analisaremos a estrutura vertical das matérias e sua produção de sentido, analisando os elementos do discurso e seus significados.

Analisaremos as estratégias do discurso e suas características nos dois objetos selecionados. O trabalho se dividirá no sétimo capítulo em reflexões sobre a intenção dos efeitos de sentidos na televisão: o tempo no sentido de limitações físicas de produção e suas consequências (como a duração das reportagens, a fragmentação dos programas, o formato limitado, as características do código verbal – ritmo, linguagem simples estrutura sintática simples - , a atenção exigida pelo curto tempo, a publicidade) e a dimensão do tempo projetada pelo telejornalismo (no sentido de imediatividade, da importância da imagem, do discurso verbal e da hierarquia oscilante de códigos, e também do imaginário). Num segundo momento do capítulo, será discutida a criação de um espaço social pela televisão, no sentido de o discurso produzido ter traços enunciativos que sugerem sua presença em vários lugares ao mesmo tempo, e também o conceito de imediatividade, ao transportar o telespectador ao espaço da notícia, discutindo a criação de um “acontecimento” midiático televisivo – conceito de Arquembourg (1996). Também se discutirá o conceito de telerrealidade, que para Muniz Sodré (1994, p. 31) significa a construção social de um espaço/tempo social absolutamente novo.

A partir da descrição do problema e da metodologia, o trabalho busca identificar e analisar as diferenças de linguagem dos telejornais escolhidos, para produzir uma reflexão sobre a intenção de produzir tais sentidos. A comparação a ser realizada abrange os aspectos discursivos e produção de signos, não se tratando de uma reflexão mais ampla sobre a sociedade na qual os telejornais estão inseridos.

2 BRASIL E FRANÇA

Em se tratando de origens, o jornalismo como profissão e campo de conhecimento é produto da emergência, durante o século XIX, de um campo especializado e autônomo de produção discursiva. O discurso jornalístico foi, ao longo da história e progressivamente, caracterizando-se como um gênero distinto: foram desenvolvidos valores e normas discursivas, tais como a objetividade e a imparcialidade, e o modo de se fazer jornalismo passou a se caracterizar por estratégias discursivas e práticas específicas, distanciando-se da literatura e da política (CHALABY, 1996).

Definimos o jornalismo, e em particular o televisivo, como uma prática discursiva e uma forma de conhecimento crítico com preocupação política de interpretar a realidade social (GOMIS, 1991), (GENRO, 1987), (MEDITSCH, 1992), (TUCHMANN, 1983). Este discurso e campo de conhecimento é o resultado de uma atividade profissional premida de valores morais e por diversos fatores que o configuram (SOUSA, 1999), veiculada a uma organização que se dedica a primariamente interpretar a realidade social com o papel de mediação junto ao público. Jorge Pedro Sousa reconhece o papel do jornalismo na configuração social da realidade, afirmando que notícias são:

[...] artefatos linguísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e que resultam de um processo de construção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos factores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural e do meio físico/tecnológico, que são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sócio-cultural, embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia (SOUSA, 1999, p.1)

Podemos aproximar Foucault às abordagens sócio-construtivistas que relativizam a noção de verdade, situando-a como um produto de discursos e consensos. No primeiro capítulo de *Microfísica do poder*, Foucault (1979, p. 12) escreve que a “verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças às múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder”. O conceito de verdade foucaultiano, como o de sujeito, está circunscrito na história ou, se preferirmos, no conjunto de práticas discursivas e não discursivas de dado momento histórico.

No jornalismo, os procedimentos de produção, controle e seleção de notícias que impactam na construção de um regime de verdade e no conhecimento social da

realidade de uma determinada época definem os discursos existentes. Esses procedimentos são produtores de restrições ao que se diz e a enunciados, gerando efeitos de rarefação dos discursos (possibilidades do dizer), mas também formas de positivação, que firmariam uma noção de “verdadeiro” e sensato, do que é possível de ser dito em circunstâncias específicas (FOUCAULT, 1996). Assim, as condições de produção de discursos “verdadeiros” na sociedade, neste caso, não manteriam uma relação com uma realidade exterior, universalizante, mas submetidas a jogos de poder e práticas discursivas que o discurso jornalístico ajuda a instaurar.

Portanto, exemplificaremos algumas destas condições de produção que consideramos relevantes para a configuração do jornalismo contemporâneo nas sociedades analisadas e que influenciam o produto final da atividade no Brasil e na França: o discurso jornalístico proferido pelos jornais *Jornal Nacional* e *Le 20 Heures*.

2.1 Modelo Europeu x Modelo Americano

Tratando de origens históricas da do jornalismo, Piccini (2008) aponta que nessa trajetória há dois caminhos distintos entre a Europa e os Estados Unidos. Esses caminhos se originaram de dois modelos distintos de telejornalismo. Segundo a autora, enquanto a Europa praticava o jornalismo engajado, partidário, analítico, os americanos criavam a escola de jornalismo “clean”, asséptico, na qual os mitos da imparcialidade e da objetividade são defendidos até hoje.

O jornalismo brasileiro, tomado pela cartilha americana, trabalha sempre a com a defesa da objetividade e imparcialidade, enquanto o jornalismo europeu sempre explicitou seu posicionamento até porque por muito esteve preso ao controle do Estado sofrendo forte influência e por conta disso nunca se admitiu imparcial e objetivo por conhecer essa impossibilidade (PICCINI, 2008, p.12)

As origens das principais características destas diferentes modelos podem ser identificadas na Inglaterra, Estados Unidos e França, a partir da segunda metade do século XIX. Chalaby (2003) defende que os britânicos e americanos desenvolveram uma prática discursiva centrada nos fatos, identificadas como jornalísticas em virtude do seu uso ser determinado por normas e valores condicionados por aspectos do campo jornalístico.

E, vale ressaltar que o próprio modelo americano não nasceu de si próprio, mas é produto do jornalismo que se praticava na Inglaterra no século XVIII,

configurado por condições específicas nos Estados Unidos ao longo de 200 anos de história independente (LINS DA SILVA, 1991). O autor cita as principais razões para essas diferenças:

Na Inglaterra, naquele século, a filosofia política liberal clássica era apenas uma parte de um todo complexo, enquanto na América (devido à sua carência de recursos materiais e de estruturas sociais definidas), era tudo; as divisões de classe nos EUA eram menos radicais do que na Inglaterra; nos EUA se desenvolveu mais depressa a tecnologia da imprensa de massa; até o final do século 19, os jornalistas nos EUA não eram intelectuais como na Inglaterra (e, portanto, tinham uma visão do seu trabalho e de sua inserção na sociedade menos ideologizada e menos elitista); sempre houve um largo consenso da chamada “opinião pública nos EUA em torno dos princípios essenciais do capitalismo e do liberalismo, diferentemente do que ocorreu na Europa (em consequência, os jornais se desenvolveram menos como porta-vozes de posições ideológicas conflitantes e mais como intérpretes desse consenso); os conflitos de ideias nos EUA sempre foram menos sectários do que na Inglaterra e no resto da Europa (LINS DA SILVA, 1991, p.59).

Esses fatores ajudam a compreender porque a notícia é a principal “mercadoria” do jornalismo americano, segundo o autor. Antes de 1920, os jornalistas americanos não pensavam muito sobre a subjetividade da percepção. Eles tinham relativamente pouco incentivo para duvidarem da consistência da realidade pela qual viviam” (SCHUDSON, 1978, apud. LINS DA SILVA, 1991, p.60) Apesar da maior sofisticação e da evolução do campo, os jornalistas americanos ainda não reconhecem ou não possuem a percepção de que os fatos dependam da perspectiva com quem os encare, eles acreditam se tratar de apenas dados.

Chalaby (2008) defende que, inicialmente, essas práticas não estão vinculadas ao campo literário ou político, como acontecia na França.

Na França, nesse período, o jornalismo permaneceu sob a influência das suas esferas tradicionais de origem, a política e a literatura. A importância conferida à forma literária afastou dos jornais franceses o estilo telegráfico das notícias anglo-americanas (FERENCZI, 1993: 19-2, apud. CHALABY, 2003, p. 36).

No final do século XIX, as notícias na França ainda eram compostas de opiniões e comentários, enquanto os jornalistas anglo-americanos, a partir da década de 1950, começaram a exigir a prática de um jornalismo regido por valores de neutralidade e objetividade. Para o autor, mesmo que os jornalistas anglo-americanos escrevessem matérias politicamente arbitrarias, eles não admitiam qualquer partidarismo ou preferência política. Além disso, a ênfase nas notícias e na

informação não deixava muito espaço ao jornalismo anglo-americano para exprimir opiniões.

De uma forma geral, os jornalistas franceses estranhavam algumas facetas da notícia moldada pelo modelo anglo-americano (CHALABY, 2003). Primeiramente, o formato desta notícia implicava na dissociação de fatos e opiniões, criavam-se dois espaços distintos no jornal: o da informação e da opinião. Em contraste, a tradição do jornalismo francês não estabelecia uma linha tão estrita entre fatos e comentários, e muitos artigos misturavam livremente notícias e opiniões. A maioria das notícias da imprensa francesa na época realizavam o duplo papel de apresentar e interpretar os fatos.

As práticas discursivas eram mais indeterminadas e indefinidas na França do que no mundo anglo-saxônico, onde a dissociação entre fatos e interpretações existente desde muito cedo conduziu à invenção de práticas discursivas centradas nos fatos (CHALABY, 2003, p. 37).

A notícia da Escola americana pode também se distinguir do tradicional artigo de jornal francês pela maneira como é escrito. A reportagem americana, que privilegia o destaque aos acontecimentos de maior valor-notícia, é constituída a partir de fatos, e não a partir de ideias e cronologias. Nos jornais franceses, o princípio organizador de muitos artigos era a mediação subjetiva do jornalista. Assim, os jornalistas franceses não só envolviam a informação nas suas observações, como construíam a notícia de acordo com a sua interpretação dos eventos relatados.

A tradição da dicotomia entre a escola americana e europeia prosseguiu em paralelo ao surgimento das outras mídias e entre elas a televisão. Quando do surgimento da TV, o Brasil, por exemplo, já estava completamente inserido e adepto da tecnologia e do know-how americano.

Para Carlos Eduardo Lins da Silva (1991), no Brasil se faz um jornalismo que se guia pelos parâmetros da escola libertária americana, mas, assim como aconteceu durante a formação econômica brasileira, o jornalismo americano se inseriu no país como um modelo sem as mesmas condições que o configuraram na sociedade americana. Lins aponta que a principal diferença é que nos EUA há um público razoavelmente homogêneo que consome jornais em escala suficiente para que os produtores de bens materiais tenham interesse em veicular por seu

intermédio as mensagens publicitárias para expandir seus produtos. Além disso, há muito o analfabetismo foi superado, as classes médias cresceram e se tornaram a maioria absoluta da população.

No Brasil, o jornalismo americano foi usado como modelo, mas adaptado através de um processo configurado pela realidade brasileira:

Os códigos e princípios do modelo americano chegaram ao país como um glamourizado conjunto de ideais interpostos em momentos em que as condições de infra-estrutura econômica não oferecia a mínima esperança de que eles pudessem ser colocados em prática (LINS DA SILVA, 1991, p. 58).

Já na Europa Ocidental, o modelo estatal foi predominante durante muito tempo até que a introdução de novas tecnologias exigiram uma nova regulamentação a respeito do tema. Para Amorim (1997), os sistemas de televisão europeus passaram nas últimas décadas por significativas mudanças tecnológicas e econômicas, como a introdução da TV a cabo e por satélite, a abertura da televisão comercial e a abrangência da internet. Para o autor, a existência de um setor de serviço público de medidas de regulamentação assegura, entre outras formas, a proteção do interesse público.

Ainda, para Amorim (1997), mesmo com o rompimento do monopólio estatal da televisão de serviço público e da expansão da televisão privada nos anos 1980, a televisão pública se mantém em razão da convicção de que sua existência seja importante para a proteção do interesse público:

O caráter público de uma entidade começou a ser visto não como consequência de seu estatuto jurídico, mas das suas funções que desempenha. Nesses termos, passou-se a admitir que entidades, consideradas públicas sob o aspecto jurídico-formal, podem muitas vezes ter atuação contrária aos interesses públicos, enquanto outras, consideradas privadas pelo mesmo critério, podem realizar funções de interesse público (AMORIM, 1997: 544).

O autor ainda reforça a necessidade de autonomia em relação às limitações econômicas que gradativamente influenciam o modo de se fazer jornalismo na França:

Difícilmente pode-se aceitar a idéia de que um serviço de televisão, funcionando de acordo com a lógica econômica, venha proporcionar, mesmo em regime de competição, um repertório simbólico apto a atender a diversidade de exigências sociais, políticas e culturais que dele se espera. (...) A lógica econômica é, por natureza, limitadora da amplitude que deve ter

um serviço de televisão. Na televisão de mercado a ênfase é dada ao econômico; e tudo que extrapola esta prioridade somente estará presente de maneira incidental, como subproduto (AMORIM, 1997: 54)

No continente europeu, o controle e a supervisão da televisão tem sido feito por mediação de organismos autônomos: como o ITC no Reino Unido, CSA na França, e a AACCS em Portugal. Assim o poder público limitaria sua intervenção e se desvincularia do controle direto sobre o sistema de televisão (AMORIM, 1997).

Porém, o que mais interessa uma reflexão são os pressupostos que consideram que o sistema de televisão europeu tenha um compromisso com o pluralismo e a diversidade, que seria um espaço garantido para informações e divulgação de interesse da cidadania e política. Ou ainda segundo Lopes (1999), há considerações específicas sobre a informação ser tratada por uma visão global e contextualizadora dos fatos, procurar o contraste de fontes diversificadas, fazer uma rigorosa depuração dos dados, promover o aprofundamento das consequências sociais, políticas e econômicas, debater-se por um equilíbrio na cobertura territorial, social e cultural.

Assim, os pressupostos iniciais da televisão na Europa e na França - de se tornar uma ferramenta democrática defensora dos interesses da população, parecem bem presentes na forma de se fazer jornalismo contemporânea. A própria história do jornalismo europeu é associada com uma preocupação com os meios de comunicação enquanto promotores da continua melhoria da vida cultural do público. Talvez essa também seja a razão pela qual os media europeus surgem sob controle do Estado, para se tornarem independentes dos números da audiência.

Cética em relação ao liberalismo nas comunicações, a Europa segue o outro modelo, o de serviço público, confiando o controle da radiotelevisão ao Estado, como aliás, já acontecia com a rádio (LOPES, 1999: 26).

Segundo Leal Filho (1997), a concepção do modelo europeu de radiodifusão determina que o rádio e a televisão sejam veículos da produção cultural de um povo ou de uma nação e, para exercerem essa tarefa, não podem ser contaminados por interferências políticas e comerciais. Embasado nesse argumento, o modelo de televisão pública se manteve hegemônico por muito tempo na Europa.

Sintetizando-se as escolas americana e francesa em conceitos, podemos afirmar que a escola norte-americana se caracteriza essencialmente pelo conceito

de objetividade, adotando práticas e valores centradas nos fatos e no relato mais “fiel” ao acontecimento observado. Por isso, recursos linguísticos como o lead (com as seis perguntas do jornalismo) e a gradação das notícias segundo a pirâmide invertida se consolidam como as principais forma de sintetização e simplificação sobre um acontecimento.

Já a escola européia trabalha com conceitos de honestidade e lealdade, em vez de objetividade. Já que o jornalismo europeu foi essencialmente vinculado à política e à cidadania, ele preocupa-se mais em aprofundar os temas e retratar fatos aliados à diferentes posicionamentos políticos. Por isso, ele tem um caráter mais opinativo e analítico, não só nos espaços de opinião, mas na construção da notícia como um todo. Além disso, suas informações tem menos rigidez em sua hierarquização, privando pelo contexto, aprofundamento, e variando conforme a relevância ou temporalidade.

Diferentemente do Brasil, onde a rede privada é a líder de audiência, nos países europeus podemos observar que a rede pública de televisão é o principal expoente do telejornalismo. Devido a isso, foi possível perceber diferenças na forma de produção de notícias no jornalismo do modelo europeu, e nos valores que o regem e o definem como uma escola mais analítica, aprofundada, com menos investimento técnico e mais editorial.

No Brasil, ainda assim, a influência do jornalismo norte-americano é inegável, porém não tão direta e automática, como aponta Carlos Eduardo Lins da Silva (1991). O jornalismo brasileiro absorveu muito do jornalismo norte-americano em relação aos enfoques dados nas matérias, pois há uma supervalorização de personalidades e a publicação dos fatos sem uma análise profunda (DRUMMONS, 2003). É uma forma de jornalismo até então diferente do jornalismo europeu, que tem uma abordagem mais pedagógica e uma interpretação crítica e intelectualizada dos fatos. Ou nas palavras de Herscovitz (2000) enquanto o modelo americano é objetivo e a partidário, o modelo francês é mais subjetivo, opinativo, partidário e literário.

2.2 A influência dos valores norte-americanos de jornalismo no Brasil

O jornalismo no Brasil começa a ser influenciado pelo modelo norte-

americano de jornalismo após a segunda guerra mundial, segundo José Marques de Melo (1982, p.77). O teórico explica que, além da submissão ao Estado, a imprensa passa também a estar sujeita ao capital estrangeiro, que se torna o maior anunciante.

O financiamento norte-americano das empresas jornalísticas se dava em diversos processos: desde a publicidade, a modernização tecnológica, até a influência nos processos de produção da notícia na implementação de técnicas específicas.

A influência norte americana no jornalismo brasileiro também se deu no campo ideológico do jornalismo e seus valores. Como explicita Nelson Traquina (1999), o conceito de objetividade surgiu no século XX, nos Estados Unidos, em decorrências de mudanças do século anterior. Esse conceito muito influenciou a reestruturação do texto jornalístico, sendo baseado em técnicas redacionais.

Uma das suas principais contribuições foram os *stylebooks*, ou manuais de redação, que prescreviam a utilização do lead e da pirâmide invertida como recursos para a simplificação da linguagem jornalística. A simplicidade era então considerada como eficiência, e, como cita Rezende, o manual era “usado para melhorar e não para restringir a expressão, favorece a concepção de mensagens claras e eficazes, sem que se tenha de se sujeitar a um empobrecimento da linguagem” (REZENDE, 2000, p. 68).

Um exemplo desse objetivo de clareza e simplicidade pode ser encontrado no *Manual de Redação e Estilo* do jornal *O Estado de São Paulo*, que dentre outras orientações salienta o conteúdo e conceituação da linguagem jornalística: “a simplicidade é condição essencial do texto jornalístico. Lembre-se de que você escreve para todos os tipos de leitor e todos, sem exceção, têm o direito de entender qualquer texto, seja ele político, econômico, internacional ou urbanístico” (O Estado de São Paulo, 1990, p. 16).

Historicamente, esse modelo não se estabeleceu de forma homogênea uma vez que o jornalismo no Brasil na primeira metade do século XX era voltado à política e tinha características literárias. Foi apenas a partir da década de 1950 que a objetividade jornalística começou a conquistar espaço. Segundo Ribeiro (2007), a incorporação do copydesk e do ensino da técnica jornalística colaboraram para a construção de uma nova ideologia profissional, consolidada na década de 1960. Segundo o autor, diante de novas condições mercadológicas, os ideais de

objetividade e neutralidade suplantaram os da opinião e do julgamento crítico. Desta forma, o jornalismo incorporou novas técnicas e o ideal de objetividade, desvinculando-se do formato explicitamente literário e da política, transformando-se numa comunidade discursiva própria que cria as condições sociais da sua eficácia (RIBEIRO, 2007).

Os reflexos estilísticos e ideológicos do modelo americano de jornalismo, além do campo impresso, não demoraram a se manifestar também na televisão no Brasil. Piccinin (2008) comenta que essa influência se manifestou desde o início da televisão brasileira:

Desde seu advento, na década de 50, a televisão brasileira tem sofrido a influência americana, tanto na estrutura comercial como na produção importada dos Estados Unidos, sendo não apenas programas, mas ideias, temas, roteiros e técnicas administrativas (PICCINI, 2008)

Uma das diferentes incorporações destes valores na prática diária do telejornal brasileiro era implicitamente expressa pelo apresentador do *Repórter Esso*, Gontijo Teodoro (1980), que indicava em um dos primeiros manuais de técnica de redação para televisão a *pirâmide invertida* e o *lead* como essenciais para a estrutura da notícia. Além disso, o autor indicava a necessidade de ajuste da imagem ao código verbal, além da linguagem jornalística que privilegia o uso de frases curtas, escritas na ordem direta.

Em 1985, a inspiração norte-americana se consolida no telejornalismo brasileiros com a edição do *Manual de Telejornalismo Central da Globo de Televisão*, baseado no livro *Television News*, que, segundo Rezende (2000), adaptava princípios do jornalismo norte-americano às peculiaridades brasileiras. Produzido em tiragem reduzida, com poucas páginas e para uso interno, esse manual foi o único editado por uma emissora brasileira, desde seu surgimento em 1950.

Uma análise deste manual revela premissas fundamentais do trabalho de televisão, como a linguagem específica: os textos televisivos são ouvidos, talvez mais do que vistos pelo telespectador. Recomenda-se que no texto deve-se evitar que as locuções apenas descrevam o que as imagens revelam. Igualmente, deve-se procurar o tom coloquial, próximo à oralidade: sendo claro, direto e simples.

Da mesma forma, o manual condensa regras para a seleção, postura e

comportamento do repórter que evidenciam uma postura de isenção e objetividade. O manual recomenda que, em princípio, um entrevistador de televisão possua uma figura agradável, apresente-se adequadamente vestido e inspire confiança. Em relação ao comportamento, ele deve ser discreto, não sendo mais importante que o entrevistado ou a notícia:

O repórter é uma testemunha que viu, ouviu pessoas que viram e vai contar aos telespectadores. A postura dele, então, deve ser a de quem está ali para fazer a informação chegar da melhor maneira ao público. Isto quer dizer que o repórter não pode nunca querer aparecer mais do que a notícia (MANUAL DE TELEJORNALISMO DA REDE GLOBO, 1984. p. 16).

Não só presentes nas notícias do Jornal Nacional, essa postura de neutralidade, objetividade e imparcialidade se configura como uma característica intrínseca do jornalismo televisivo no país. Segundo Hamburger:

O Jornal Nacional consolidou um formato fixo com a cobertura da política nacional, uma pitada de internacional, esportes e alguma variedade. Apostou na agilidade e na rapidez da notícia curta. Com esse projeto de jornalismo "clean", o jornal se impôs como um dos programas de maior audiência de nossa televisão. E se tornou referência nacional (HAMBURGER apud Borelli & Priolli, 2000: 57)

Assim, o telejornal serviu de modelo para outros telejornais concorrentes, influenciando-os de forma inevitável. Isso evidencia que a falta de outras referências para o telejornalismo brasileiro, além da desatualização do manual da Rede Globo, revelam a carência de orientações profissionais plurais, que levem em conta não só o texto a ser escrito, mas as características do meio e a dinâmica na qual está inserido. Segundo Antônio Brasil, o manual ideal deveria respeitar as características audio-visuais do meio, sem ignorar a potencialidade das ferramentas multimídia e da utilização da imagem, e que acompanhe a dinâmica do processo de reinvenção pelo qual o jornal passa diariamente.

Descrever as funções dos jornalistas nas redações de TV e dar exemplos de bons textos é muito pouco para um manual de telejornalismo. Questões importantes referentes à captação, edição e geração de imagens são sempre descritas somente por palavras e algumas poucas ilustrações, mas jamais são demonstradas na forma própria do meio, ou seja, com recursos audiovisuais (BRASIL, 2012)

Entretanto, mesmo que inegável, a influência norte-americana sobre o jornalismo brasileiro não foi incorporada automaticamente ou de forma homogênea. As peculiaridades culturais interferem diretamente nesse processo, criando não uma

mera transposição, mas um ajustamento. Carlos Eduardo Lins exemplifica:

(...) mesmo quando a ideologia hegemônica no jornalismo é claramente a do modelo americano, isso não significa que seus valores se reproduzirão de forma mecânica ou idêntica. O jornalismo brasileiro assume os pressupostos do americano como os certos, segue muitos de seus exemplos, às vezes tenta copiá-los acriticamente, quase sempre os adapta às suas características e conveniências, mas em qualquer circunstância, resulta num produto diferente do modelo (LINS DA SILVA, 1991, p. 147)

2.3 Os dois jornalismo

2.3.1 A história do jornalismo brasileiro

No Brasil, muito do que se é feito nos telejornais é inegavelmente moldado pelas restrições: de tempo de produção, de conteúdo, e de espaço. O telejornal padrão dura no máximo 30 minutos, mas o JN tem em média 28 minutos, com reportagens de até dois minutos. A linguagem tem de ser concisa. O tempo, cronometrado. Tudo pela lógica da produtividade: quanto mais atrativas as matérias, mais audiência o telejornal terá, e mais lucro como consequência (REZENDE, 2000).

Muitas das limitações vêm das características do próprio meio, como a predominância das imagens sob o código verbal, porém, o desenvolvimento do telejornalismo no Brasil tem igualmente na história condições de produção que marcaram suas características até dias atuais.

A partir de concepções do teórico Habermas sobre as mudanças estruturais da esfera pública - que para o autor perderam o seu potencial crítico com o desenvolvimento da sociedade capitalista -, Pereira Jr (2000) procura mostrar que, no Brasil, o desenvolvimento do jornalismo também está relacionado com as transformações capitalistas. Segundo o autor, o desenvolvimento da televisão também é um reflexo da lógica capitalista, que a partir do desenvolvimento histórico do meio caracteriza-se pela concentração dos meios, da lógica mercadológica e das indústrias culturais. Rezende (2000) também aponta a predominância da lógica capitalista no modo de se fazer televisão no Brasil:

Sob o controle rígido da ditadura do lucro, os programas e a linguagem que a TV emprega se adaptam, na forma e no conteúdo, ao perfil do público aos quais se dirigem. A fórmula adotada pelo sistema comercial de TV é simples: uma audiência maior aumenta o faturamento publicitário e agrega rentabilidade às empresas de televisão. Tal lógica de produção sacrifica o

espectador cidadão e exalta o telespectador consumidor, referencia básica de toda essa operação mercantil (REZENDE, 2000, p. 25,)

Caparelli (1982, p.21) divide a história do crescimento da televisão brasileira em duas fases: a primeira, dos anos 50 até 1964; e a segunda no período pós-64.

O primeiro período é marcado em grande parte pelo estilo empresarial brasileiro de administrar, tendo como maior exemplo o império Chateaubriand. A década de 50 marcou uma virada na história da comunicação com a chegada da televisão, que começou suas transmissões em 18 de setembro de 1950. Além disso, o dinamismo do empresário Chateaubriand cria um novo símbolo para o país: a TV Tupi, que inicialmente transmitia para 100 televisores em São Paulo. No dia seguinte à inauguração, o primeiro telejornal é transmitido na TV Tupi: é o “Imagens do Dia”, que mostrava imagens sem edições dos acontecimentos do dia. Nesse contexto, a história do telejornalismo brasileiro se confunde com a da televisão.

Inicialmente, a linguagem da televisão era próxima a do rádio, com frases longas e a exploração de diversos detalhes sobre o assunto tratado. Com esse formato, o programa “Repórter Esso” se destacava. Ele foi transmitido pela primeira vez na TV em 1952, apresentando 33 minutos de duração, e permaneceu influente durante 18 anos. Porém, as emissoras brasileiras intensificaram a presença dos telejornais em sua grade de programação somente na década de 1960.

No final da década de 60, dois fatores foram significativos para o jornalismo brasileiro: a criação do Jornal Nacional e o fim do “Repórter Esso” da grade de programação da TV Tupi, que na época já se aproximava da falência. A segunda fase, portanto, é marcada pelo capital estrangeiro integrado à indústria de informação, tendo sua maior expressão no exemplo da Rede Globo de Televisão, constituída totalmente através de capital privado - inclusive com recursos externos que lhe custaram transgredir a Constituição Brasileira. Em 1962, um acordo assinado entre as Organizações Globo e a empresa estrangeira Time-Life, proporcionou à emissora recursos para melhorar a infra-estrutura e qualidade técnica (HERZ, 1991).

Segundo Rezende (2000), o golpe de 1964 teve um forte impacto sobre os meios de comunicação de massa porque o sistema político e a situação econômica do país foram modificados pela definição de um modelo econômico para o desenvolvimento nacional. Além disso, o autor destaca que durante os 21 anos de

regime militar, esse financiamento operou como uma ferramenta coercitiva de controle dos meios, tendo em vista a vinculação dos bancos e o governo. Assim, em meio a esse panorama, a posição do telejornalismo foi influenciada pelo contexto:

Os meios de comunicação adotaram uma posição de sustentação das medidas governamentais. Greves, agitações, atentados e conflitos não faziam parte da cobertura jornalística. Essa distorção era viabilizada pelos telejornais das emissoras, já estabelecidas em redes nacionais (REZENDE, 2000, p.50)

Em questões de conteúdo e linguagem, diante do rígido controle da censura militar, as emissoras que mantinham telejornais em sua grade acabavam por ocupar os espaços de notícias com programas de entretenimento. Assim, na falta de profundidade em notícias sobre política ou sobre a sociedade, e por não ter liberdade para a produção das notícias, o jornalismo brasileiro estava perdendo o contato com a realidade brasileira. Diante dessa situação, o editor de jornalismo da Globo, Luís Fernando Marcondes, dizia que “em jornalismo não se pode esperar conteúdo, mas sim superficialidade. Informações que dessem apenas para uma conversa banal entre as pessoas”. (ECA/USP, 1978 apud REZENDE, 2000)

Na década de 70, a Rede Globo foi a que mais se beneficiou dos avanços tecnológicos introduzidos na televisão brasileira: era criado o “padrão global de qualidade”, slogan reforçado até os dias atuais. A emissora investiu no aprimoramento da sua linha de programação. Porém, segundo Rezende (1985), a preocupação estética comprometia o desenvolvimento do conteúdo do jornalismo da emissora:

Porém, o cuidado com a forma de apresentação das notícias – visível na escolha dos cenários, dos locutores, na qualidade das imagens, e na edição das matérias – tinha, por seu lado, suas compensações. A mais importante era a possibilidade de cada vez mais adequar-se às potencialidades da linguagem da televisão (REZENDE, 1985, p. 113)

Segundo Melo (1982), apesar de não estar na história como a “criadora” do telejornalismo brasileiro, a Globo acabou ditando as regras de como se fazer o telejornalismo no país. Ao ligar o texto à imagem e transformá-los em um formato mais acessível e interessante ao público, e de estabelecer uma rígida grade de programação, a emissora se firmou como influente modelo de telejornalismo brasileiro. O modelo internacional, sobretudo o norte-americano, foi o principal eixo de orientação da TV Globo. Mello e Souza (1984, p. 22 apud PEREIRA JR, 2005) comentam que a ideia de se fazer um jornal de caráter nacional, baseado no modelo já existente nos Estados Unidos, era debatida na emissora.

Nas décadas seguintes, enquanto a Globo aumentava seus lucros com a publicidade e investia no telejornalismo, diversos jornais foram criados. Ainda nas décadas de 70 e 80 surgiram as redes, que contribuíram para a qualidade técnicas dos programas. Assim, o conceito de rede no país foi viabilizado primeiramente em um programa jornalístico. Para Ortiz (1991, p. 118-119), o sistema de redes é uma condição essencial para o funcionamento da indústria cultural. Dentro do contexto político e socioeconômico brasileiro, a integração nacional era um conceito fundamental, que fazia parte da ideologia de segurança nacional, representando também para o setor empresarial um mercado atraente.

Com as redes, a maioria das emissoras regionais deixa de produzir seus programas e privilegia a retransmissão dos programas das emissoras do Rio de Janeiro e São Paulo. Nesse fenômeno de centralização, segundo Rezende (2000), os acontecimentos regionais perderam a força e dificilmente eram pauta dos telejornais nacionais, excepcionalmente era noticiado o catastrófico ou peculiar.

No final da década de 80, Mello (2012) aponta que mesmo com o fim da censura as emissoras não tinham assimilado os caminhos para lidar com essa liberdade. Nesse contexto, a Globo ainda se mantinha centrada na forma, em detrimento do conteúdo: “o padrão global aplicava-se, ainda, na parte técnica e na embalagem das notícias, sem atenção na qualidade dos conteúdos” (Mello, 2012, p.8)

O resultado dessa situação é claro para Rezende:

Foi essa implacável marcação da ditadura que nos levou a esquecer da batalha do conteúdo e tentar descobrir os encantos da forma nesse veículo. Trabalhávamos em cima da técnica e da estética, deixando de lado, um pouco, a ética de se fazer jornalismo (REZENDE, 1985, p. 120)

O telejornalismo brasileiro hoje cumpre uma função social e política tão relevante no país em decorrência também destes fatores e, em grande parte, pela sua relação de afinidade com o público. Para Rezende (2000), as características deste público forjam a estrutura e linguagem da televisão. Ele é em grande parte, “iletrado ou pouco habituado à leitura, desinteressado pela notícia, mas que tem de vê-la enquanto espera a novela” (REZENDE, 2000, p. 24).

Com este perfil de espectador, o telejornalismo teria se desvinculado de sua missão social e suas potencialidades, já que está atrelado às grandes corporações e

seus interesses econômicos e políticos. Porém, muito mais do que atender às necessidades das camadas populares de audiência, o interesse maior é a produtividade, e para isso as empresas objetivam uma maior audiência, o que aumentaria o faturamento publicitário e agrega rentabilidade a essas empresas. (REZENDE, 2000).

Nessa busca, a linguagem televisiva é adaptada a esse perfil de público, tanto na forma quanto no conteúdo. O formato em si é espetacular, e são priorizadas as imagens em relação ao código verbal. Além disso, a prevalência da oralidade sobre a escrita na cultura nacional de reflete nessa linguagem.

Essa estrutura aparece de maneira mais clara nos programas de maior audiência, que, dominados pelo Ibope, consideram o público homogêneo e atomizado. Ou seja, afim de que a comunicação seja “clara”, a mensagem é adaptada a um público médio definido pelos departamentos de marketing, não podendo muito formal, mas se aproximando mais da linguagem coloquial.

2.3.2 Panorama Histórico da Televisão na França

Os franceses podem parecer menos ligados intelectualmente às discussões televisivas, como aponta o pesquisador Dominique Wolton (2001), mas pragmaticamente os dados revelam uma presença indiscutível: segundo pesquisas do Instituto Nacional de Estatística e Estudos Econômicos (INSEE), em 2009, a cada 100 franceses, 97 possuíam uma televisão em casa.

O interessante é que, mesmo em categorias sócio-profissionais (divisão social de organização da sociedade francesa) mais favorecidas economicamente ou nas menos favorecidas, o índice de presença de televisores mais baixo é de 92%, sendo na faixa da parte da população mais favorecida e intelectualizada, os profissionais liberais (tradução nossa de “Cadres et professions intellectuelles superieures”). As categorias dos operários e dos agricultores, por exemplo, registraram juntos o segundo maior índice de presença, 98%.

Apesar da diferença ser decimal, essa pesquisa revela uma característica explicada historicamente durante a trajetória da televisão na França: a desconfiança e reticência das elites frente à esse meio. Segundo Benoît Aguilhon (2001), contrária à tendência mundial, a televisão na França inseriu-se num primeiro momento no contexto das classes menos favorecidas, que aderiram à nova invenção mesmo com

o alto valor do aparelho. Porém as classes favorecidas tinham receio em optar por esse meio de comunicação, por desconhecimento ou por invalidarem suas funções e possibilidades. Num primeiro momento, os intelectuais rejeitaram a televisão por considerarem os efeitos de estandarização e de homogeneização culturais, de isolamento dos cidadãos num consumo passivo, permitindo o triunfo das indústrias culturais.

Dominique Wolton (1990), pesquisador do campo há 20 anos, associa o descaso e a desconfiança dos políticos e o receio da elite francesa à dificuldade de fazer surgir um discurso crítico que não caia na tendência reducionista da concepção de televisão.

Sob a ótica do pensamento francês, os intelectuais, críticos por tradição, partilhavam e ainda partilham de uma “lógica espiritual inimiga da imagem” (TACUSSEL, 2001), na qual a televisão produz uma situação com efeitos indesejáveis: a adesão sem crença, a participação indolente, a passividade controlada e o distanciamento fragmentado e caleidoscópico que caracterizam o telespectador.

Essas características também podem ser relacionadas às da televisão brasileira, que, por meio da lógica da produtividade, atomiza e fragmenta a sua produção e a formata de acordo com o público e com os desejos da audiência: linguagem clara, simples e privilegiando as imagens ao texto, criando um formato espetacular.

A crítica francesa, desde meados dos anos 1950, nunca deixou de denunciar o caráter de dominação ideológica nas mentalidades contemporâneas. Patrick Tacussel (2001) reconhece que a crítica televisiva surgiu quase simultaneamente com a expansão comercial do objeto, e numa arqueologia da modernidade, enumerou as principais etapas da estruturação dessa crítica.

Os princípios mais facilmente identificáveis estão em uma cultura ocidental inimiga da imagem, que desde séculos permanece arraigada na história intelectual do iconoclasmo no Ocidente (BESANÇON, 1994). Na produção intelectual europeia, raros são os escritores e autores que reconhecem as potencialidades da imagem (deve-se procurá-los na arte barroca, no romantismo e entre os surrealistas, por exemplo). Para o autor, a reflexão filosófica do século XX foi profundamente marcada pelo positivismo e pelo racionalismo.

Um exemplo desta reflexão é encontrada na crítica de Ciro Marcondes Filho

(1985), que caracteriza a televisão como um meio imagético que possibilita a criação de uma civilização da imagem, na qual o imaginário é utilizado para vender e manipular, resultando na perda de significados. O imaginário, além da argumentação e da persuasão, contamina pela sedução ou pela emoção. Influenciado pela linha de pensamento da escola de Frankfurt, o autor argumenta que a televisão, assim como os outros meios de comunicação de massa, tem por base a escala industrial, a produção em série submetida ao mercado. Essa mediação torna-se fundamental para a sociedade atual e indispensável ao indivíduo de todas as classes.

As relações de troca e a formação de um mercado universal resultam em duas conseqüências, a nível imaginário, as relações sociais, ao mesmo tempo em que tornam abstratas, assumem feições de objetividade, isto é, não temos homens concretos em relações sociais concretas, mas relações objetivas e materiais como simples troca de mercadoria em si e por si, já a nível sociológico, a sociedade fragmenta-se em faixas de consumo ou subsistemas, cada uma dotada de valores de um ritual de consumo específicos (MARCONDES FILHO, 1985, p. 71).

Tacussel (2001) exemplifica que a crítica da televisão é fortemente influenciada por esse pensamento, supondo uma desvalorização cultural da imagem, e criticando a economia mercantil dos bens imateriais, considerando-os como os elos mais sólidos da superestrutura ideológica do capitalismo. Numa visão geral, tem-se um novo estado de servidão voluntária, compensado pela satisfação progressiva das necessidades na produção e no consumo de massa, sempre desprezado. Ernest Mandel (1976, apud. TACUSSEL, 2001) afirma que a televisão é tida não como um meio de consumo, mas como um instrumento de subjugação, próprio para favorecer a emergência de indivíduos em déficit de consciência e de experiências existenciais.

A relação dos indivíduos com a televisão, sob a ótica francesa, está longe de ser atomizada ou isolada. O aparelho acaba por introduzir nos lares consenso e rupturas em nível moral, político ou cultural a partir de uma legitimação exterior e fora do alcance da existência real dos indivíduos. O telespectador, através do discurso da televisão, sabe que ele não assiste sozinho à televisão, mas milhares estão fazendo o mesmo ao mesmo tempo. “O exibido pela televisão esboça uma grosseira metafísica dos costumes ao estimular, através da publicidade, das séries ou dos programas de variedades, a formação do gosto e do juízo” (TACUSSEL,

2001, p.84).

Ao tomar o mundo como testemunha – na alternância do fictício, do lúdico e da representação do acontecimento dignos do interesse geral – a televisão produz um relativismo e um ceticismo que nada devem à auto-reflexão, pois são o resultado menos contestável de uma educação desabusada do olhar, potencialmente indiferente às tragédias planetárias e à insignificância do sentido destilado pela “telinha” (TACUSSEL, 2001, p.85)

Com esse aspecto fragmentado de programação, da sensação de unidade da audiência e de programas dispersos e ecléticos, nem sempre de qualidade, o telespectador é exposto à tamanha diversidade de estímulos e informação que acaba por não reter ou processar a informação a longo prazo. “A couraça da personalidade do telespectador que suporta o choque das imagens, com frequência vulgares, fúteis ou capazes de traumatizar, produz, na longa duração, as defesas “imunitárias” que banalizam a sensibilidade” (TACUSSEL, 2001, p. 85).

Esse aspecto se relaciona com a teoria dos sociólogos americanos Merton e Lazarsfeld em 1948, na qual a mídia, ao produzir um volume excessivo de informações, acaba por criar um efeito narcotizante no indivíduo, semelhante ao efeito de banalizar a sensibilidade que o meio provoca. Ao ser bombardeado de informações, o cidadão considera que agiu em relação aos problemas porque se informou sobre os assuntos, ou seja, a ação dá lugar informação, gerando apatia. Essa é considerada pelos teóricos uma disfunção, já que, segundo eles, não é de interesse da sociedade que esse efeito ocorra.

Essa fragmentação da televisão e seus consequentes efeitos são os apontados por Tacussel como o que impedem-na de desempenhar uma função de propaganda na França. Curiosamente, no Brasil observamos que a fragmentação e o funcionamento da lógica da produtividade em favor do lucro são justamente os que abrem espaço para a televisão funcionar pela publicidade.

O fato de a televisão não ser tão relevante na produção intelectual francesa, mas estar tão presente nos *foyers (lares)* já é peculiar em si. E nos últimos anos ela tem se mantido como a primeira forma de lazer dos franceses. Ainda, há a característica da linguagem fragmentada e sedutora da televisão que mesmo submetida às mesmas rotinas de produção ainda assim não abre espaço para a publicidade ditar as regras do meio, se justifica pela peculiaridade de dois sistemas de televisão vigentes na França: a televisão pública e a privada. Dessa relação, o

papel social dos telespectadores evoluiu. Enquanto nomeia-se de usuário de uma rede pública, fala-se em cliente ou assinante de uma rede privada, ou até consumidor, termo jamais usado antes aos ouvintes de rádio durante mais de 50 anos. O que os estudiosos franceses identificaram é o crescimento de consumidores, e a falta de representatividade dos telespectadores.

De fato, o mais significativo é a constatação de apatia dos telespectadores em relação às infrações à deontologia jornalística ou diante da mediocridade de certas produções de TV. Segundo Tacussel (2001), a única vigilância que atinge a televisão é ideológica. Regulada em partes pela lógica da publicidade, a televisão francesa não provoca nenhuma reação, atuando por conta própria. Ironia habermasiana ou não, a esfera pública que tinha potencial crítico acaba virando palco para a publicidade de ideias.

As peculiaridades da televisão francesa em relação à brasileira estão no fato de que a instalação da publicidade na televisão não obedece aos imperativos que organizam o conjunto da produção nesse campo – em clara oposição à situação do Brasil, onde a lógica é regida claramente por um dos lados, o privado, a lógica da produtividade. Essencialmente, a relação da televisão com a publicidade tem papel na configuração de um espaço simbólico de consenso, criando uma representação partilhada pela maioria, um valor superior, ou até definitivo, às representações pessoais (TACUSSEL, 2001). Outra peculiaridade nessa relação entre a televisão francesa e a publicidade é que esta obedece a regras distintas nos canais públicos e privados.

Enquanto nos canais públicos a publicidade é inserida exclusivamente entre as transmissões, os canais privados, sem impedimentos regulatórios, inserem a propaganda cada vez mais dentro dos programas (regulação supervisionada pelo Conselho Superior do Audiovisual). Segundo regulamento do CSA, em um canal privado, uma obra cinematográfica ou audiovisual não pode ser interrompida mais que duas vezes com propagandas, e elas devem se limitar a uma duração de até seis minutos no total¹. Já as televisões públicas estão impedidas de reproduzirem a

¹ “Les œuvres cinématographiques et audiovisuelles ne peuvent pas faire l'objet de plus de deux interruptions publicitaires. Et concernant les œuvres cinématographiques, elles doivent se limiter à une durée de six minutes au total”. Trecho retirado da regulamentação da radiodifusão francesa, consultada no site do CSA,

propaganda dentro de suas programações².

Assim sendo, os canais privados adquirem uma rentabilidade de publicidade maior, pois os anunciantes apostam no efeito da propaganda dentro do programa a partir da suposição que o telespectador está mais atento. Os dados mostram que o faturamento dos canal privado TF1 com publicidade em 2010 era de 44% do total, representando 1,4 bilhões de euros. Os canais públicos somaram apenas 14%, somando 454 milhões de euros. (CSA, 2011)

Além disso, a diferença também se explica pelo fato de que canais públicos seriam menos dependentes de enquetes e estatísticas, e mais estáveis devido aos recursos públicos que recebem. Segundo Mousseau (1987), os canais públicos se considerariam ainda guardiões de uma tradição de programação voluntária ou sem influências externas.

Outra peculiaridade entre as televisões francesas e brasileiras pode ser interpretada numa análise apriori dos conteúdos dos objetos do estudo, os canais analisados TF1 e Globo: a emissora TF1 é composta essencialmente de programas de ficção – filmes, séries e desenhos - (39%), programas de musica e espetáculos (16%), jornais (11%), e documentários (10%); já na Globo, a novela das seis, das sete, Jornal Nacional, novela das oito, seriados e filmes no final da noite e programas de auditório nos finais de semana têm sido o carro- chefe desse modelo de programação.

Compreender essas questões que marcaram a trajetória da televisão se torna fundamental para a análise do objeto, já que concebemos o jornalismo como uma prática profissional, dotada de valores morais, premida por diversos fatores que o configuram (SOUSA, 1999), e com uma intenção política, a de mediar e representar um acontecimento em uma notícia, tornando-a conhecida ao público. Assim, pontuaremos eventos que participaram da configuração do jornalismo na França e podem defini-lo até hoje.

A aparição da televisão na Europa, especialmente na França, aconteceu sob o contexto de três fatores que fundamentaram sua inserção, segundo Wolton (1990):

² Toutefois, la diffusion d'une œuvre audiovisuelle ou cinématographique par France Télévisions, et celle d'une oeuvre cinématographique par les services de télévision de cinéma ne peut faire l'objet d'aucune interruption publicitaire. Trecho retirado da regulamentação da radiodifusão francesa, no site do CSA.

o controle do poder público para responder ao receio suscitado pelo poder da imagem; a estruturação em clara oposição ao modelo de televisão privada americana, impedindo assim investimentos privados e permitindo somente o financiamento público; e com o objetivo primeiro de tornar a televisão uma ferramenta de democratização cultural. Na França, a televisão será sobretudo nacionalista, com sua gestão centralizada.

O receio inicial da recepção da televisão pela elite política da França se revela diferente da maneira como a comunicação e a política se relacionou com esse objeto ao longo de sua trajetória, como veremos adiante. Essa situação inicial é bem ilustrada pelo episódio citado por Aiguillon (2001), quando em 1937, durante a Exposição Universal em Paris, o então presidente Albert Lebrun mesmo maravilhado com a invenção que ainda não compreendia, recusou-se a passar diante das lentes.

Em relação à trajetória histórica da televisão, como aponta Aiguillon (2001) a televisão não se originou a partir de um inventor na Europa, mas sim por meio de experiências independentes. Na França, a primeira imagem foi transmitida por via telefônica, uma imagem de apenas 30 linhas³, de Montrouge à Rua Grenelle.

Depois de experimentos independentes, em 1935 foi criado o primeiro estúdio de televisão no Ministério das Telecomunicações, com um emissor com capacidade para transmitir 180 linhas. Porém, a Televisão só foi oficialmente inaugurada na Exposição Universal em Paris, em 1937.

Antes de posteriores avanços na pesquisa e desenvolvimento do meio de comunicação, o desenvolvimento da televisão foi interrompido durante a 2ª Guerra Mundial. Em vez de bombardeados, os estúdios de televisão em Paris serviram de propaganda política para Hitler durante a ocupação nazista: em 1942 foi criado um programa televisivo voltado para os soldados alemães feridos. Segundo Aiguillon (2001), as emissões não passavam de uma máquina ideológica da Alemanha. Antes da segunda guerra, estima-se que havia de 200 a 300 televisores na França, e o próprio termo era desconhecido, com exceção dos parisienses. Desde o começo, a produção televisiva era essencialmente parisiense, e conforme seu desenvolvimento, essa característica não deixou de ser reforçada por políticas de conteúdo e distribuição.

³ Termo usado para definir a quantidade de informação que a tela pode conter.

Na situação econômica frágil do pós-guerra, o investimento no desenvolvimento da televisão é regido pelo poder público. Com receio de que os veículos de comunicação voltassem a ser manipulados para a propagação ideológica fascista, o Estado, justamente por sua tradição centralizadora político-administrativa (WOLTON, 1993) toma a televisão como um instrumento de nacionalização. Para o autor essa é uma das características mais marcantes da televisão francesa: a centralização, simbolizando o controle do poder público.

Durante a história da televisão é importante ressaltar a configuração de dois modelos de inserção da televisão nas sociedades: a privada, submetida à lei de mercado, à exemplo do modelo-norte americano, e a televisão pública, regida pelo poder público, como ocorreu na Europa. A trajetória da televisão na França, em particular, é marcada pela estruturação destes dois modelos.

A pesquisa tem o interesse de levantar as questões pertinentes a análise do objeto de estudo, um programa jornalístico do canal privado TF1, o mais antigo do país. Portanto, torna-se relevante levantar as questões de transição da televisão pública à privada, bem como a análise das consequências e condições desse fenômeno.

Em 1949, após a criação da Radiodiffusion de Télévision Française (R.T.F), um novo tipo de programa é inaugurado pela emissora. O telejornal era difundido três vezes por semana pelo então diretor, Pierre Sabbagh, e era formado basicamente por filmes mudos e comentários

Alguns episódios da segunda metade do século XX na França reforçam a influência do campo político na televisão pública. Com objetivos políticos, a televisão deixa de ser parisiense e expande-se para as regiões: por determinação do General de Gaulle, são criadas 15 estações de televisões regionais, não com programações independentes, mas no sentido de uma expansão a todas as regiões do país.

Em relação aos canais franceses, esses passaram por transformações sociais e políticas durante sua evolução. Segundo Delporte (1995), em 1949, a Radio Difusão Francesa (RDF) se torna a Radiodifusão Televisão Francesa (RTF), e após uma lei de 1964 passa a ser o Escritório de Radiodifusão e Televisão Francesa (ORTF) sob tutela do Ministro da Comunicação, visando assegurar o domínio público da comunicação. Em 1974, Jacques Chirac propôs a lei da reforma do audiovisual, que desmembrou o ORTF em sete organizações autônomas: três canais de televisão, Télévision Française 1 (TF1), Antenne 2 (A2) e France Régions

3 (FR3), além da Société Française de Production (SFP), Télédiffusion de France (TDF), Radio France e o Instituto Nacional de Audiovisual (INA).

Ainda segundo o autor, a publicidade é então permitida na TV pública em 1968, a fim de evitar o imposto sobre a televisão pública e arrecadar fundos para investir nas emissoras. Em 1981, François Mitterand propõe a reforma da Comunicação audiovisual regida por princípios democráticos: a garantia de plena autonomia dos serviços públicos de comunicação, principalmente do rádio e televisão que estariam tanto sob a guarda do poder público como do poder financeiro; a descentralização do audiovisual, permitindo a regionalização das estações e conseqüente pluralidade de opiniões, e o desenvolvimento de estações regionais que visassem à produção de cultura, educação e informação para os cidadãos.

A Télévision Française 1 (TF1) foi o primeiro canal público de televisão francesa, inaugurado em 1935 com o nome de Radio Vision PPT, permanecendo como o único durante 28 anos. Durante sua trajetória vivenciou diversas mudanças de nomeação e estrutura: Radio Vision PPT (1935-39), Rádio Difusão Nacional Televisão (1939), *Fernsehsender Paris* (durante a ocupação), Televisão Francesa (1944-1945), R.D.F Televisao Francesa (1945-49), Primeiro canal do R.T.F Televisão (1949-1963), Primeiro canal da O.R.T.F (1964-1974), e, finalmente, TF1 em 1975. Com a reforma do audiovisual em 1975, o canal é se torna um organismo autonomo denominado de TF1, ainda sob controle do público. Em 1987 a concessão pública foi passada ao grupo privado de telecomunicações Bouygues.

O aparecimento de canais privados em 1985 e a privatização TF1, contribuíram para criar uma concepção de coexistência de um mercado equilibrado e menos concorrencial entre o setor público e privado. Porém, Wolton (1990) ressalta que em menos de cinco anos esse período se inverteu. Em 1983, havia 3 canais públicos na França. Em 1988, havia sete, quatro deles privados, sendo o privatizado TF1 o de maior audiência. Em pouco tempo, a televisão publica perdeu espaço para a privada e viu sua proposta ideológica entrar em conflito com a demanda da concorrência.

Com o surgimento dos canais privados na França, em 1985, a sociedade presenciou uma forma de revolução copérnica no universo da televisão, na qual se passou da televisão de oferta (de conteúdo) à televisão de demanda (do telespectador) (MOUSSEAU, 1987). O público passou a ser o centro do sistema, e

não parou desde então de se afirmar sua primazia sobre todos os outros parâmetros que influenciam o conteúdo. “A televisão só reconhece um superior, o telespectador e seu desejo que se traduz nas escolhas dos programas” (MOSSEAU, 1987). Essa revolução teve sua mais ampla expressão com a privatização do canal TF1, em 1987.

Assim, a sociedade francesa vivenciou a passagem da televisão sob influência política para, a partir de 1988, à televisão sob restrições econômicas.

Apesar das particularidades, a televisão francesa enfrenta à sua maneira a luta contra a concorrência privada; a queda progressiva da audiência⁴ e dificuldades de financiamento e adaptação ao novo contexto.

Jacques Mousseau (1987) considera a televisão uma “invenção que não existia há pouco mais de 70 anos que se estabeleceu no cerne da sociedade e fez nascer uma necessidade social imperiosa para cada indivíduo”.

A televisão francesa possui uma história particular: elaborada originalmente como uma ferramenta educacional e democrática, ela se transforma cada vez mais em um meio de comunicação (Wolton, 2001).

Ela tem uma responsabilidade como um dos elementos constituintes do equilíbrio do poder em uma democracia, uma realidade econômica, sendo o setor audiovisual uma atividade industrial submetida cada vez mais à lógica do mercado, pela publicidade ela se submete cada vez mais ao fator econômico, e um papel sociológico que mantém e alimenta o vínculo social assim como produz imagens (WOLTON, 2001).

Para o autor, a função da televisão é menos de assegurar uma comunicação efetiva do que garantir seu papel social no centro de uma sociedade de massa anônima e individualista.

Bordieu (1971) reconhece na televisão um potencial perdido, já que ela poderia ter se tornado um instrumento a favor da democracia. O sociólogo francês comenta o domínio dos instrumentos de produção (como a limitação de tempo, imposição de assuntos ou ordem técnica) sob a sua formatação e conteúdo.

Para o autor, a televisão com interesses econômicos em busca de audiência expõe a um grande perigo não só as diferentes esferas da produção cultural com

⁴ http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2012/05/30/tf1-l-interminable-chute-de-la-reine-du-paf_1709913_3236.html

também a própria democracia. O autor considera que, sobre a televisão, influenciada pela política e pressionada por imperativos econômicos, exerce-se uma violência simbólica, com cumplicidade tácita de quem sofre e sobretudo de quem exerce.

Assim, para Bordieu, a televisão ainda é influenciada política e principalmente economicamente. Ele espera que esse meio de comunicação, “que poderia ter se tornado um extraordinário instrumento de democracia direta não se converta em instrumento de opressão simbólica (1997, p. 13)”.

Tanto na visão de um potencial democrático perdido, quanto nos efeitos indesejáveis, os dois autores compõem uma forte expressão da linha de pensamento francesa, que tradicionalmente desde metade dos anos 1950 lançou anátemas, em nome da educação, da cultura, e da defesa do espírito público, contra a televisão, e jamais deixou de denunciar a sua dominação nas mentalidades contemporâneas (TACUSSEL, 2001).

2.3.3 Surgimento do telejornalismo na França

Segundo obra de Delporte (1995), o primeiro telejornal foi inaugurado em 1949, alguns meses após a criação da Radiodiffusion de Télévision Française (R.T.F). Composto basicamente por filmes mudos e comentários de jornalistas não especializados, o telejornal era difundido três vezes por semana pelo então diretor responsável, Pierre Sabbagh. No início, o Le 20 Heures era composto por dois apresentadores vedete, mas, a partir de 1968 e desde então, apresenta o programa com um único mediador, alternando-o apenas e de acordo com os dias da semana. O telejornal começou então a ser transmitido diariamente a partir de 1975.

No início, os recursos técnicos ainda eram muito precários, dificultando o desenvolvimento do telejornal. Fenômeno comum do meio, a televisão ainda sofria forte influência cinematográfica e radiofônica na construção de programas, cuja atenção era direcionada mais para a sonoridade do que para o indivíduo. Em relação aos recursos técnicos, como mostrou Aiguillon em seus estudos sobre o telejornalismo na França, em sua origem, o telejornal era constituído por reportagens realizadas por um filme de 35 mm. Como a técnica do filme requeria um perfeito controle de câmera, o produto final das imagens era notoriamente precário.

Aiguillon (2001) revela que o telejornal pioneiro carecia de interesse jornalístico na construção do programa, ilustrando o teor das suas reportagens

difundidas na época:

A atualidade é motivo de riso, de distração em detrimento dos políticos ou dos notáveis. O lado lúdico, por conta dos problemas técnicos, a força a isto. Entre as reportagens irrisórias recuperadas na França ou no exterior, destaca-se “O campeonato de comedores de salsichas da Suíça alemã”, “O Carnaval medieval de Verona” e “O recorde mundial de mais tempo tocando harmônica (AIGUILLON, 2001, pág. 45)

Nesta época o telejornal ainda não possuía uma identidade própria, pois ainda se preocupava mais com o áudio, frente ao visual; com a estética na expressividade da voz do jornalista do que com o conteúdo do seu discurso (DELPORTE, 1995).

Com a transmissão diária do telejornal, aumentaram-se as demandas por imagens e preenchimento do tempo. As críticas começaram, portanto, a surgirem em relação ao conteúdo do jornal. As questões internacionais quase não eram tratadas pela falta de imagens, dada a carência de recursos e equipe técnica para cobrir os eventos no exterior, tornando as dificuldades do programa cada vez mais evidentes. Uma parceria com as empresas estrangeiras tornou-se, portanto uma necessidade.

Assim, o diretor do canal l’Antenne 2, atual France 2, Jean d’Arcy e seu o diretor da BBC Cecil MC Givern decidiram então trocar seus programas por uma semana, entre 8 a 14 de Julho de 1952. Os telespectadores de Londres e de Paris podiam ver os mesmos programas agora ao vivo. Para atingir este feito, grandes esforços técnicos foram realizados. O sucesso deste intercâmbio franco-britânico resultou na formação do Eurovisão, primeiro programa da União Européia de Radiodifusão, em 1954 (DELPORTE, 1995).

Este sistema de troca de programas de informação da Eurovisão ofereceu a todos os editores chefes a possibilidade de obter gratuitamente as reportagens de televisões estrangeiras, na condição única de fornecer em troca sua produção jornalística. O intercâmbio era organizado a princípio uma vez por dia, às 17h. Atualmente este processo é feito em tempo real, a cada telejornal de diferentes canais públicos.

A partir de 1978, o telejornalismo teve uma considerável melhora técnica com a utilização do vídeo portátil, que dentre outras vantagens, possibilitava a filmagem de longa duração de acontecimentos a um custo menor. Assim, o público sentia que

poderia presenciar a atualidade em tempo real.

A introdução do teleprompter, a partir dos anos 70, também modificou de forma notável as características de como se fazia telejornalismo. Sob a falsa idéia de que o apresentador olha o espectador nos olhos, enquanto na realidade ele apenas lê o texto invisível ao público, o aparato modifica o caráter impessoal do jornal, dotando-o de um caráter familiar. Este recurso trará uma nova forma de se conceber o telejornal, reduzindo a distância entre o apresentador e o telespectador, pelo contato e interpelação do olhar.

Durante muito tempo o telejornal restringiu-se ao estúdio, já que as tecnologias não o permitiam a cobertura ao vivo. Com a introdução do satélite, o telejornal pôde finalmente acompanhar os fatos em tempo real, do próprio local. Com as dificuldades técnicas encontradas no início, o apresentador se viu forçado a produzir um discurso que legitimasse as imagens apresentadas. O apresentador, neste caso, ajuda a passar a idéia de seu papel de intermediário entre o fato e o telespectador.

3 O DISCURSO

De uma maneira geral, discurso é definido como uma interação linguística entre um enunciatário e um destinatário que estabeleça necessariamente uma relação de produção sentido. Quando se abordam noções de um discurso, um dos espaços no qual se é habitual defini-lo é o da oposição entre o enunciado (o produto linguístico resultante de um evento linguístico) e a enunciação (a própria produção deste produto linguístico), como aponta Possenti (1990).

Esta distinção é essencial para se entender o discurso, pois evidencia a importância do ato de se falar, que em si mesmo produz efeitos de sentido, e é produzido sob determinadas condições.

[...] discurso dignifica pois, qualquer ocorrência de qualquer sequência linguística. O fato de o enunciado ocorrer é constitutivo do discurso, faz com que ultrapasse o domínio das regras de sua constituição formal, para produzir efeitos decorrentes do fato de ter ocorrido, e não de ser, por exemplo, gramatical ou não (POSSENTI, 1990, p.4)

Para Bakhtin, o discurso é acima de tudo uma ponte lançada entre duas pessoas, elas próprias socialmente determinadas. Sua diversidade (heterogenia) se encontra representada no próprio interior do texto. O enunciado é, portanto, fator constitutivo e essencial do discurso, o que o separa de ser apenas uma sequência gramatical (BAKHTIN, 2003).

3.1 O enunciado

Elemento-chave para a compreensão do discurso, o enunciado é para Bakhtin (2003) um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados, é a unidade da comunicação discursiva. Os limites de cada enunciado concreto são assim definidos pela alternância dos sujeitos do discurso.

Como seu limite é definido pelo outro, os enunciados se caracterizam, portanto, pela alternância dos sujeitos do discurso e possuem uma conclusibilidade específica que demanda uma atitude responsiva do outro.

A conclusibilidade do enunciado é uma espécie de aspecto interno da alternância dos sujeitos do discurso; essa alternância pode ocorrer precisamente porque o falante disse tudo o que quis dizer em dado momento ou sob dadas condições (BAKHTIN, 2003, p.280)

Essa ação responsiva pode ser expressa em diversas relações nos gêneros primários (simples) e nos secundários (complexos). Bakhtin aponta que os gêneros discursivos secundários (romances, dramas, linguagem científica etc) surgem nas condições de um convívio cultural mais complexo, desenvolvido e articulado, predominantemente na escrita e em áreas de conhecimento como a literatura, as artes e as ciências. Em seu processo de formação, esses discursos incorporam os gêneros primários, que se formam nas condições da comunicação discursiva imediata (como um diálogo cotidiano).

Outra característica essencial do discurso é sua heterogeneidade, como aponta Possenti (1990, p.10): “Os enunciados de cada discurso têm um percurso que faz com que carreguem a memória de vários discursos”. Além de ser uma dispersão, todos os elementos linguísticos do discurso são atravessados por muitos discursos (BAKHTIN, 2003) (FOUCAULT, 1996).

Como os trabalhos de Foucault (1996) também mostraram, um discurso uniforme vindo de uma única fonte não existe. O discurso não possui um só sentido: a formação discursiva é uma dispersão de enunciados, não há uma unidade interna. “O sentido não é universal, não é atemporal, não é convencional, não é unívoco, não é necessariamente expresso em sua totalidade” (POSSENTI, 1990, p.11) .

O sentido é um efeito da enunciação, ou seja, da ocorrência de material verbal em condições de produção definidas. É um efeito entre interlocutores. A corrente de Análise do Discurso Francesa (AD) considera a ideia de polissemia, a de que os textos podem ter muitas leituras, e as condições de produção são relevantes para se explicar os efeitos produzidos.

Bakhtin considera finalmente que cada enunciado é pleno de ecos e ressonâncias de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade da esfera de comunicação discursiva, e é pleno de variadas atitudes responsivas a outros enunciados de dada esfera. Ele ocupa uma posição definida nessa esfera e é visto como uma resposta aos enunciados precedentes, sendo um elemento constitutivo dos enunciados reproduzidos a partir dele. “Mesmo limitado pela alteridade do sujeito, o enunciado reflete o processo do discurso, os enunciados do outro, e antes de tudo os elos precedentes da cadeia” (BAKHTIN, 2003, p.299).

O enunciado também está ligado aos elos subseqüentes da comunicação discursiva, no sentido de que se constrói o enunciado levando em conta as atitudes responsivas. Segundo o autor, todo enunciado tem autor e destinatário.

Bakhtin conclui que os enunciados são proferidos por integrantes de determinados campos da atividade humana, que refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só pelo seu conteúdo temático e pelo estilo de linguagem, mas principalmente pela sua construção composicional. Como já citado anteriormente, os tipos de enunciados relativamente estáveis de cada campo de atividade são classificados como gêneros do discurso. Ou seja, uma determinada função e determinadas condições de comunicação discursiva, específicas de cada campo, geram enunciados estilísticos, temáticos, e composicionais relativamente estáveis.

3.2 A Enunciação

Possenti (1990) evidencia também a importância do ato de enunciação, que produz de efeitos de sentido, e demonstra que o próprio ato da fala muitas vezes é mais importante do que seu conteúdo.

Se a afirmação de uma sentença por vezes é mais importante que seu conteúdo, pode-se interpretar que para ser dita, alguém deve preencher certas condições para ocupar o lugar de enunciador naquela situação. Deste exemplo conclui-se uma característica essencial (se não a primordial) do discurso: a enunciação é regrada pelas mais diversas regras e condições. Assim podemos tirar elementos essenciais de análise do discurso: as condições de aparecimento e os efeitos decorrentes do aparecimento dos enunciados.

O contexto de ocorrência de um enunciado se constitui então como um elemento essencial para a análise: “Falar de discurso implica considerar fatores externos à língua” (POSSENTI, 1990, p.8)

Apenas a gramática ou a língua não oferecem elementos necessários para se interpretar a intenção de efeito de sentido produzido. Bakhtin (2003) diferencia o enunciado, que é a unidade da comunicação, da oração, a unidade da língua. O autor considera que a oração é desprovida da capacidade de determinar imediata e ativamente a posição responsiva do falante, e, se figurar como um enunciado, é porque é completada por elementos substanciais não gramaticais, que lhe modificam a natureza pela raiz.

Para a AD francesa, a diferença entre analisar o discurso ou a língua é a inclusão das condições de produção. Tal vertente considera o sujeito socialmente

definido e ocupando uma posição na sociedade.

4.3 Rituais do discurso

Bakhtin considera o discurso como uma possibilidade de enunciação, na qual o homem é livre em quanto sentido (porém determinado enquanto ser - objeto). Para ele, na ordem do ser, a liberdade humana é relativa enganadora. Mas, na ordem do sentido, a liberdade é por princípio absoluta, já que o sentido nasce do encontro de dois sujeitos, e esse encontro recomeça eternamente (2003, p.XXXIII). O autor considera portanto a possibilidade de alteridade como um instrumento de liberdade.

Num plano ideal, essa liberdade do discurso existiria para Foucault. No ser humano mora um desejo de se encontrar do outro lado do discurso, sem restrições, numa “transparência calma, profunda, indefinidamente aberta, em que os outros respondessem à minha expectativa, e de onde as verdades se elevassem de uma à uma...”(FOUCAULT, 1996, p.7). Em *A Ordem do Discurso* (1996), o autor tem uma perspectiva mais realista sobre a enunciação, que não passa de um discurso regrado por restrições externas. O sujeito não está na origem deste enunciado, garantindo seu sentido e prevendo seu efeito: o sujeito está inserido em uma ideologia, em uma instituição, do qual é apenas porta-voz.

O discurso não é mais o lugar pelo qual se alcança a liberdade. É o lugar de poder, ou o objeto do próprio poder. Para Foucault, a instituição lhe atribui poder e o retifica perante a sociedade, ela impõe ao discurso formas ritualizadas e o transforma em categórico e decisivo.

“A produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que tem por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua terrível e pesada materialidade” (FOUCAULT, 1996, p.9). Para o autor, os rituais determinam as condições de funcionamento do discurso, impondo aos indivíduos que os pronunciam certas regras, restringindo assim seu acesso e selecionando os sujeitos que falam.

Foucault exemplifica que na sociedade há procedimentos de restrição (ou figuras de coerção) do discurso que se exercem de modo exterior (instituições), interior ao discurso (o próprio discurso) e pela rarefação do discurso por meio de rituais, que funcionam como sistemas de exclusão.

Os procedimentos externos estruturam e restringem as condições de enunciação de um discurso, limitando seus poderes (Exemplos: A interdição; A separação; A vontade de verdade). Os procedimentos internos ao discurso dominam suas aparições aleatórias, influenciam a dimensão do acontecimento e do acaso de um discurso (O comentário; o autor; as disciplinas).

Para o autor, essas separações a priori são arbitrárias, se organizam em torno de contingências históricas; não são apenas modificáveis, mas estão em perpétuo deslocamento, e são sustentadas por todo um sistema de instituições que as impõem e reconduzem, e, enfim, não se exercem sem pressão, e nem sem ao menos uma parte de violência. O autor destaca que o discurso não é apenas o objeto pelo qual se exerce o poder, mas o próprio motivo pelo qual se luta, o poder do qual se quer apoderar.

O indivíduo é então assujeitado, inserido no discurso de uma ideologia ou de uma instituição. O discurso produz sentido também independente do autor, pois carrega discursos anteriores em si.

Contra as noções que de modo geral dominaram a histórica ocidental das ideias, Foucault comenta as noções norteadoras que estão presentes no discurso: a noção de acontecimento (contra a criação); a de série (contra a unidade); a de regularidade (contra a originalidade) e a de condição de possibilidade (contra a significação).

4 RECORTES

4.1 Metodologia discursiva

Destacamos que a metodologia utilizada na análise dos VTS selecionados tem propositalmente uma perspectiva de influência brasileira de análise, visto que foi nossa escolha não optar pela perspectiva francesa. Além da distância física e cultural do acesso a uma verdadeira imersão na realidade francesa, o trabalho pretende lançar um problema inicial de pesquisa, que pode se aprofundar futuramente com uma devida densidade teórica.

A metodologia do projeto é baseada no discurso e sentidos produzidos pelas notícias, em oposição ao paradigma do newsmaking ou da manipulação das notícias.

Para Bakhtin (2003), o discurso pode ser definido como toda atividade comunicativa entre interlocutores, cuja interação é produtora de sentidos. Todo discurso produz sentidos que expressam as posições sociais, culturais, ideológicas dos sujeitos da linguagem, por isso o autor considera que não há discurso neutro.

Os discursos são produzidos de acordo com as diferentes esferas de atividades do homem: eles se caracterizam por possuírem especificidades de conteúdo (tema), de composição de estruturas e dos recursos linguísticos que utilizam (estilo). Essas especificidades caracterizam os gêneros de discurso.

Para Bakhtin (2003), os gêneros do discurso são tipos de enunciados, relativamente estáveis e normativos, que estão vinculados a situações típicas da comunicação social. Os gêneros estão também vinculados à situação social de interação e, por isso, são constituídos da dimensão linguístico-textual e da dimensão social: cada gênero está vinculado a uma situação social de interação típica, dentro de uma esfera social ; tem sua finalidade discursiva, sua própria concepção de autor e destinatário.

O enunciado é definido por Bakhtin como a unidade concreta e real da comunicação discursiva, de tal forma que o discurso é constituído de enunciados concretos e singulares, pertencentes aos sujeitos discursivos de uma ou outra esfera de atividade e comunicação humanas. Para o autor, cada enunciado se constitui em um novo acontecimento, um evento único da comunicação discursiva, mas que representa ao mesmo tempo um elo na cadeia complexa e contínua da

comunicação, mantendo relações dialógicas com outros enunciados. Bakhtin descreve essa relação:

“O emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana. Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo [...] Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais denominamos gêneros do discurso” (BAKHTIN, 2003, p.261)

Portanto, trataremos a questão da intencionalidade de produção de sentido dos dois telejornais, tendo como base o conceito de Gêneros Discursivos de Bakhtin (2003). Consideramos o jornalismo como um campo de atividade que, como qualquer campo atividade social, possui enunciados típicos e produz (e onde são também produzidos) sentidos identificáveis. A produção destes discursos será analisada pela perspectiva de Foucault (1996), que aponta para as condições de produção deste discurso e de suas restrições, ou seja, do que deve ou não ser dito em determinados contextos.

Analisaremos assim elementos lexicais (como texto, som e imagem), suas relações simbólicas, e elementos composicionais da estrutura do telejornal, como VTS, cabeças etc. Procuraremos nos discursos proferidos enunciados típicos que representem a intencionalidade de produção de sentido dos telejornais.

Como disse Possenti (1990), procuraremos analisar a interrelação entre quase-regularidades lingüísticas e quase-regularidades exteriores à língua que forem relevantes em relação a um conjunto determinados de enunciados.

4.2 Objetos: Jornal Nacional e Le 20 Heures

Conforme os conceitos de enunciados e seus tipos, os gêneros discursivos, o projeto realizará a seleção de um padrão de acontecimentos, ou enunciados, de dois telejornais: o Le 20 Heures, da emissora privada francesa TF1, e o Jornal Nacional, da emissora privada brasileira Globo. Essa seleção se operará pela busca para encontrar regularidades discursivas, afim de estabelecer um padrão nos telejornais selecionados, que acreditamos se darem por fatores de audiência, influência e abrangência.

Foram selecionados os telejornais da edição noturna (ambos às 20h) dos dias

17, 18, 19 e 20 de dezembro de 2012 para fins de amostragem e para embasar uma análise inicial da organização discursiva de cada um. Assim, no total, foram 8 vídeos dos dois telejornais (JN e L20H). Não selecionamos o telejornal do dia 21 pois o apresentador do Le 20 Heures do dia não era Gilles Boudeau. Acreditamos que a mudança de apresentador representava uma fuga à regularidade que buscávamos para estabelecer um padrão e analisar o material.

A partir desta amostragem, o trabalho analisará com mais profundidade os telejornais do dia 17 de dezembro. Por se tratar do primeiro dia útil, e baseado na estrutura vertical (montagem) e horizontal (formatos menores) de um telejornal, os telejornais veiculados nesta data são os que mais se aproximam do padrão indicado pela pesquisa, ou seja, que mais se aproximam da regularidade cotidiana. Consideramos também que estes preenchem mais critérios do que seria um VT padronizado com uma regularidade discursiva, detalhado no capítulo 7.3.

O Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, está no ar, de modo ininterrupto, desde o dia 1º de setembro de 1969, quando era apresentado por Hilton Gomes e Cid Moreira. O jornal representa o conjunto mais bem-acabado de marcas que caracterizam um telejornal no Brasil. O telejornal surgiu como um programa de integração nacional que de maneira pioneira transmitiu seu sinal do norte ao sul do país. Além disso, como no decorrer da ditadura militar (1964-1985) houve grandes investimentos tecnológicos na área, como o primeiro sistema de transmissão via satélite (PICCINI, 2008), o Jornal Nacional teve impulso com o patrocínio do governo militar.

De fato, a emissora foi a que mais se beneficiou na década de 70 com os investimentos tecnológicos na área, de maneira que implementou nesta época o “Padrão Global” de qualidade. Porém, o padrão se aplicava essencialmente na preocupação dos produtores com a estética dos programas e sua forma para adequar-se melhor a uma linguagem televisiva.

Com a preocupação estética, e também com a censura militar nas décadas de 1960 e 1970, o jornalismo ocupava a falta de liberdade com produções de entretenimento. “Por não ter liberdade de para a produção das notícias, o jornalismo brasileiro estava perdendo o contato com a realidade brasileira” (MELLO, 2012).

Diante desse quadro, o JN dava destaque à cobertura de notícias internacionais, enquanto a emissora investia na técnica e aumentava seus lucros com a publicidade. Nas décadas seguintes o jornal foi consolidando sua imagem

“nacional” ao centralizar as notícias do eixo RJ-SP. Consequentemente, as outras emissoras reproduziam os conteúdos “centrais”. Desta forma, os acontecimentos regionais perderam a força e dificilmente tinham espaço em rede nacional – somente eram notícia em situações extremas (catástrofes) ou pitorescas. O padrão global também aplicava-se na parte técnica e nas embalagens das notícias, sem atenção na qualidade dos conteúdos (MELLO, 2012).

O jornal vivenciou diversas mudanças em relação aos apresentadores. A mais relevante foi em 1996, quando Cid Moreira (que apresentava o telejornal desde sua estreia) e Sérgio Chapelin passam a bancada para William Bonner e Lillian Witte Fibe, e, em 1998, Fátima Bernardes substitui Lillian Witte Fibe e forma a dupla que esteve no ar até 2011, com William Bonner. Em 2012, Fátima Bernardes deixou a bancada do JN depois de 14 anos à frente do jornal para apresentar seu próprio programa. Quem entrou para dividir a apresentação com Bonner foi Patrícia Poeta, que passou cinco anos à frente do *Fantástico* (GLOBO, 2009).

O JN sofreu várias transformações ao longo dos anos: modernizou-se o cenário, inovaram-se as vinhetas, mudaram os apresentadores, polêmicas e crises de credibilidade aconteceram, mas ele permanece o telejornal de maior audiência do país e é o modelo de referência para o telejornalismo nacional, por isso se caracteriza como modelo padrão para buscarmos regularidades discursivas do gênero no país. O modo como o JN apresenta seus mediadores, como organiza e distribui as notícias, os recursos técnicos que põe a serviço do jornalismo, os recursos da linguagem televisiva, os formatos de apresentação da notícia, sua relação com as fontes de informação, o texto verbal propõem à sociedade brasileira, ao mesmo tempo, um pacto sobre o papel do jornalismo e uma perspectiva sobre a identidade nacional. No primeiro caso, características que são do JN acabam por se confundir com elementos mesmo do gênero telejornal.

A definição de jornalismo pelas Organizações Globo, no Manual de Princípios Éticos da Rede Globo (2011) é:

Jornalismo é o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas”.[...] Não há mais um questionamento entre a ligação da busca pela verdade com o jornalismo, já que a rede considera essa discussão superficial e depassada. Mas a tradição filosófica mais densa dirá que a verdade pode ser inesgotável, inalcançável em sua plenitude, mas existe; e que, se a objetividade total certamente não é possível, há técnicas que permitem ao homem, na busca pelo conhecimento, minimizar a grau aceitáveis o subjetivismo (PRINCÍPIOS

EDITORIAIS DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011)

A postura editorial reflete uma orientação pela informação de qualidade, o que geraria procedimentos para alcançar tal meta. A emissora, numa incorporação de valores americanos de jornalismo, atribui à informação de qualidade as seguintes características: a isenção na apuração, edição e publicação de uma reportagem; a correção, que garante a credibilidade ao trabalho jornalístico; e a agilidade, no sentido de que a informação seja prestada no menor espaço de tempo da melhor maneira possível.

A respeito de valores, a emissora defende a neutralidade e o respeito a valores universais:

As Organizações Globo serão sempre independentes, apartidárias, laicas e praticarão um jornalismo que busque a isenção, a correção e a agilidade, como estabelecido aqui de forma minuciosa. Não serão, portanto, nem a favor nem contra governos, igrejas, clubes, grupos econômicos, partidos. Mas defenderão intransigentemente o respeito a valores sem os quais uma sociedade não pode se desenvolver plenamente: a democracia, as liberdades individuais, a livre-iniciativa, os direitos humanos, a república, o avanço da ciência e a preservação da natureza (PRINCÍPIOS EDITORIAIS DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011)

Na realidade francesa, o ano de 1949 foi histórico para a televisão, pois alguns dias depois dos americanos, e pela primeira vez na Europa, a emissora francesa TF1 (na época R.T.F) difunde um jornal televisivo, sobre a direção de Pierre Sabbagh: mesmo ainda possuir as características do telejornal atual, a primeira edição do Journal Télévisé Le 20 Heures (JT 20h) foi ao ar às 21h, e durava cerca de 15 minutos (HAGHE, 2012).

Essa primeira aparição constituiu o início de um novo gênero: o jornal televisivo. "O telejornalismo é um gênero, exatamente como o faroeste ou a comédia, com personagens e dramaturgia específicas, uma organização de episódios determinados" (COULOMB-GULLY, 1995). Este gênero é definido por D'Aiguillon (2001) como um caleidoscópio, composto por uma sobreposição de filmes mudos comentados por um jornalista não especializado. Os telejornais franceses logo após a sua concepção, mantinham o modelo de jornalismo de opinião, crítico, durante o qual o apresentador era ao mesmo tempo comentarista e retransmissor da notícia. Mais tarde, com o desenvolvimento do campo e da técnica, este novo gênero evolui progressivamente e adota os códigos específicos do jornalismo atual.

Inicialmente transmitido três vezes por semana, o telejornal se torna cotidiano alguns meses depois da sua primeira transmissão, ainda em 1949. Cinco anos depois o horário muda para as 20h15, para, finalmente, em 1954, ser transmitido às 20h. E, em novembro do mesmo ano, o primeiro apresentador do JT faz sua aparição (NOBRE-CORREIA, 2007). Nesta época, ele ainda está longe de se caracterizar como a figura do apresentador-vedette, cuja imagem têm relevância social. Em 1954, o apresentador se contém em ler as notícias com o rosto escondido atrás de seus papéis” (LEBLANC, 1987, p.96-97).

O primeiro JT de outro canal foi ao ar somente em 1967, às 19h45, no canal Antenne 2 (atualmente France 2) (HAGHE, 2012). Mas o processo de modernização do telejornalismo francês se consolidou somente em 1975, com a introdução já comentada do teleprompter e através da figura de Roger Gicquel, apresentador do JT da TF1 em um estilo de conversação direta com o espectador. (NOBRE-CORREIA, 2007).

A partir dos anos 60, os telejornais franceses adotaram valores de objetividade na tentativa de ganhar mais precisão: o apresentador fazia seu papel de mediador, chamando as notícias apresentadas em forma de vídeos reportagens. Com isso, a responsabilidade da opinião e dos comentários recaía sobre os jornalistas especializados ou sobre as fontes. Segundo Denis Ruellan (2004), a partir de 1960, tem-se um telejornalismo que não sabe de tudo, mas que sabe um pouco sobre tudo” e, que transfere a atenção do repórter, capaz apenas de mostrar os fatos sem poder explicá-los, para o especialista que analisa e o âncora que organiza a diversidade de abordagens”.

Com a difusão do debate, a produção de dossiês e a generalização da emissão temática passa a haver uma forte concorrência entre o jornalista especializado e o animador em relação à função de repórter, personagem até então mais simbólico da informação audiovisual. Aos poucos, a rua perde prioridade frente ao estúdio como lugar de observação do acontecimento (BRUSINI E JAMES, 1982:18).

Em 1963, o Ministério da Comunicação aplica uma rede de informação regional, composta de 15 centros de atualidade televisiva (C.A.T), instalados nos centros urbanos e com objetivo de apresentar a atuação política. Porém, podemos observar a tendência francesa de centralização política nas comunicações

(AIGUILLON, 2007). A criação dos centros gerou uma rivalidade entre o interior e a capital, de maneira que os próprios jornalistas de Paris não aceitavam as matérias produzidas pelos outros escritórios, e se deslocavam até as regiões para produzir suas matérias. Posteriormente, o Escritório de Radiodifusão Francês (ORTF) é decomposto pela lei de 1974, o que permite oficialmente o nascimento da TF1, em 1957.

Desde seu início, o primeiro telejornal francês, Le 20 Heures, passou por algumas transformações, derivadas da política de regionalização do início da televisão na França, das alterações de administração, e, sobretudo, quando o grupo Bouygues assumiu a direção do canal, privatizando-o em 1987.

Em 1988, jornais franceses acusaram que a empresa de telecomunicações, e em particular, Francis Bouygues (o proprietário), tinha um objetivo político com essa privatização. Com os ideais de um empresário, focado na lucratividade da emissora, a tendência apontada pela crítica seria a de ideias conservadoras. Pouco depois de sua privatização, Francis declarava: “Nós somos privados. Nós somos claramente um canal comercial. Há coisas que nós não gostamos de fazer, como por exemplo: a cultura, política ou programas educativos”⁵

Os jornais franceses (Le Monde Diplomatique, La Tribune, Liberation) também denunciaram o favoritismo de Sarkozy na eleição de 2007 contra a senadora Ségolène Royal (de esquerda). Para os cotidianos, o fato de Sarkozy manter uma amizade com Martin Bouygues (filho de Francis), padrinho de seu filho Louis Sarkozy e testemunha de seu casamento, influenciou e ainda influencia em muito a inclinação política e editorial do canal TF1. O grupo Bouygues é o maior acionista do canal, o que, segundo os jornais, influenciou a linha editorial do jornal durante as eleições⁶.

No mesmo ano, Patrick Poire d’Arvor, assume o comando do jornal durante mais de 30 anos, só deixando o jornal em 2008. Com a saída de D’Arvor, o jornalista

⁵ Nous sommes privés. Nous sommes évidemment une chaîne commerciale. Il y a des choses que nous ne souhaitons pas faire, par exemple: du culturel, du politique, des émissions éducatives. (<http://www.monde-diplomatique.fr/carnet/2007-04-04-TF1>)

⁶ Fontes: <http://www.latribune.fr/technos-medias/medias/20120816trib000714723/tf1-en-a-reve-sarkozy-l-a-fait.html>
<http://www.liberation.fr/politiques/010121843-robert-namias-tf1-l-amitie-sarkozy-bouygues-ne-joue-en-rien-sur-l-information>

internacional Gilles Boudeau assumiu o posto de âncora, mantendo-se no posto até os dias de hoje.

Apesar de criticado por apresentar programas mais voltados ao entretenimento, cinema e ficção, em detrimento daqueles culturais, o TF1 é hoje o canal de televisão mais visto na França, com 23% (contra 14% da emissora concorrente, a France 2), caracterizado pelo quase processo de ritualização dos telespectadores em acompanhá-lo mais fortemente a partir dos anos 60. A relevância social constitui o fator essencial que torna o jornal uma base para o padrão do gênero discursivo do telejornalismo francês.

4.3 VT Padrão

Os Telejornais de 17 de dezembro de 2012 foram selecionados como sendo um padrão por apresentarem regularidades discursivas que os caracterizam como um enunciado típico das respectivas emissoras.

O VT Jornal Nacional do dia 17, dentre os quatro selecionados, foi o que mais apresentou regularidades em conteúdo e em formatos. Em conteúdo, manteve-se nos assuntos de caráter nacional e amenidades, sem apresentar qualquer notícia de caráter excepcional que demande uma entrada ao vivo ou uma nota (como já ocorreu nos telejornais dos outros dias, o do dia 18, por exemplo, teve 8 notas). A única notícia mais factual foi a repercussão do apagão (em dezembro) no VT sobre o Apagão, que abriu o jornal. Dividimos as reportagens do dia em serviços (sobre o aeroporto e falsificação de dinheiro), economia (taxa de divórcios), política (mensalão, royalties do petróleo e caso da rocinha) e mundial (constituição do Egito).

Em relação ao formato, mesmo sendo o menor em duração (27 minutos e 08 segundos), foi o que mais apresentou VTS (totalizando 9) e manteve-se perto do padrão de regularidades discursivas que encontramos na amostragem. A pouca quantidade de notas (3) evidencia que não houve a derrubada de alguma matéria ou uma substituição repentina, numa primeira análise. De acordo com o padrão da semana, o telejornal deste dia manteve-se dividido em três blocos, com três VTs cada (ver tabela 1 em anexo).

Em relação ao telejornal francês Le 20 Heures, o padrão também foi o do dia 17, primeiramente para manter uma regularidade na análise de mesma base do JN.

O L20H do dia 18 apresentou maior regularidade, porém o JN do mesmo dia apresentou irregularidades de estruturas, uma maior cobertura de eventos ao vivo, além de um número grande de notas, o que pode sugerir que houve uma derrubada de mais de uma matéria na edição.

Seguindo esta indicação, o L20H do dia 17 foi selecionado também como padrão por regularidades do discurso na forma e no conteúdo. Na forma, por ser o mais extenso (35'22"), pela grande quantidade de VTs (10), e pelo padrão na extensão das matérias, que em sua maioria tem no máximo 2 minutos. Sobre o conteúdo, apesar de ter temas típicos da época como o natal (Pacotes e Receita), o conteúdo se concentrou em três grandes blocos (O massacre nos EUA, os exilados fiscais, e data comemorativa). O quadro da crônica culinária não é padrão de todas as edições do ano, porém, o último bloco sempre foi reservado à parte cultural, sendo geralmente cinema, culinária ou programações culturais). No final do ano, as edições de dezembro que precederam o Natal contaram com o quadro da receita culinária, que inclui um VT sobre a origem do ingrediente em questão e a própria receita. Como toda edição possui o último bloco reservado à cultura, consideramos válida a inclusão desta edição, mesmo com a crônica culinária, ao padrão para a análise.

5 ANÁLISE TÉCNICA

Em critérios de duração, o telejornal francês apresenta uma média de 5 a 7 minutos a mais em relação ao brasileiro. Os quatro L20H tiveram uma média de 34 minutos e 24 segundos enquanto o JN obteve 28 minutos e 54 segundos.

5.1 Formato

Em relação ao formato, se analisarmos verticalmente (em relação à organização e montagem), o JN apresenta de 8 a 10 VTs por edição, enquanto o L20H apresenta de 10 a 13.

A organização do JN compreende três ou quatro grandes blocos, formados em ordem pela escalada com imagens (de 30 a 40 segundos em média), por cabeças sempre seguidas de VTs, alternadas com notas (peladas, cobertas e de retorno) e reportagens “ao vivo”. Cada bloco do jornal apresenta de três a quatro VTs em média.

Já o Le 20 Heures é organizado a grosso modo de 13 a 16 Capítulos, em que cada um deles pode ser uma nota (pelada ou coberta – aqui quase não se usa nota retorno) ou um VT. Os capítulos são a divisão interna do jornal, geralmente agrupados por temática.

Porém, podemos agrupar estes capítulos em três grandes blocos por consonância de assuntos, cada um contendo de três a quatro VTs. O telejornal inicia com a escalada com imagens (1’30”em média), enquanto no meio dela o âncora recebe o telespectador. As reportagens sempre são formadas por cabeças seguidas de VT, alternadas também com notas (cobertas e peladas), entrevistas e reportagens “ao vivo”. Porém, a quantidade de notas é de 4 a 5, inferior à do JN, que usa em média 9.

O telejornal francês também apresentou dois formatos a mais que o JN: a crônica e a entrevista. Em contrapartida, o JN contém um quadro a mais: o da previsão do tempo.

5.2 Conteúdo

Em uma comparação horizontal, nota-se que a duração dos VTs do JN ficou

entre 1'15" a 2'33". Tratam-se de VTs relativamente curtos, que apresentam uma grande quantidade de sonoras (geralmente em mesmo número que os Offs) e, em sua totalidade, apresentam imperativamente a passagem. O lugar da passagem na estruturação do VT geralmente se encontra na metade da reportagem, se não no começo. Inicialmente usada para realizar uma passagem do problema da matéria à solução, aqui ela é usada apenas para inserir algum dado que poderia ter usado no off. As matérias são realizadas por um só repórter, juntamente com um ou dois cinegrafistas.

Os planos usados nos VTs no JN são feitos em sua maioria fechados (médios para a passagem), sendo usadas imagens de quadros. A média do JN é de quatro planos parados para um em movimento.

O L20H também usa a mesma proporção de quadros para imagens em movimento, são quatro imagens paradas para uma em movimento em media (geralmente zoom). Os planos para sonoras são mais abertos quando se trata de personagens (plano médio) e mais fechados para fontes oficiais. Os VTS do jornal tem menos duração que os do JN, tendo no mínimo 57" e no máximo 2'28", sendo a maioria deles com no máximo 1'30. São VTs mais curtos, com offs mais longos, mas com a mesma quantidade de sonoras. A formatação das reportagens é caracterizada pela exploração de planos sequência e takes longos, conferindo a ideia de que o fato foi capturado em seu estado natural, sem muitas preocupações com o melhor corte ou enquadramento mais adequado.

A grande diferença estrutural do VT francês é a não obrigatoriedade da passagem: dos 45 VTs analisados, apenas 11 apresentaram passagem. Outra peculiaridade do telejornal francês observada é a construção da reportagem por pelo menos dois repórteres. Observamos que na totalidade das matérias do Le 20 heures, as reportagens são feitas por equipes de no mínimo dois repórteres – que realizam as entrevistas, redigem o texto e um deles faz a gravação do som - e um cinegrafista.

5.3 Organização do jornal

O telejornal será analisado aqui como um gênero discursivo, ou seja, como um conjunto de enunciados típicos proferidos por um campo de atividade humana – o campo jornalístico.

Bakhtin distingue os gêneros de discurso primários (comunicação verbal cotidiana) dos secundários (em circunstâncias de comunicação mais complexas, sendo principalmente a escrita). Compreende-se que, no processo de formação dos gêneros secundários, estes incorporam e transformam os gêneros primários que, ao serem absorvidos, perdem sua relação imediata com o real, conservando sua forma e significado cotidiano apenas no conteúdo. Sua integração com a realidade só acontece, então, através do gênero que o incorporou (2003).

Nesta perspectiva, interpretaremos o Telejornal como um gênero secundário de discurso, pois contém uma variedade de formatos em si, definidos aqui como gêneros primários feitos enunciados típicos. Tais formatos são a escalada, as cabeças, os VTs, as notas, as crônicas, os comentários e entrevistas, e cada forma de organização destas unidades do discurso pode produzir efeitos de sentido diferentes.

O L20H é organizado em relação ao conteúdo de maneira a primeiro tratar os assuntos considerados sérios, e em uma transição sutil as informações ao final serem de caráter mais leve (culturais, esportivas ou gastronômicas). A estrutura é de dinâmica rápida, com cabeças seguidas de VTs curtos, sendo que os Offs são mais longos e quase não há a passagem. Esta estrutura, da maneira que é organizada, tem intenção de produzir efeitos de sentido de narratividade, pois o jornal busca o efeito de o espectador quase não perceber a presença do repórter, só assistir a curtos vídeos sobre as atualidades, primeiramente sobre assuntos sérios, depois sobre amenidades.

Já o telejornal brasileiro se organiza de uma maneira que une temas comuns, como grandes blocos de política, sociedade, serviços ou economia. Mesmo em edições com blocos mais leves, as reportagens não perdem sua estrutura típica e são agrupadas com outras com temas afim para manter um ar de seriedade. A exemplo da matéria sobre as mães acima de 60 anos, no telejornal do dia 20, que foi seguida da reportagem sobre a primeira mulher general no Brasil e do VT sobre a identificação de romeiros em Aparecida, SP. Mesmo com um tema leve, a edição reuniu outros temas reunindo mulheres (a general) e os romeiros (em grande número de idosas). Além disso, o JN apresenta passagem em todos os VTS.

A sequência das matérias de televisão é orientada pelos propósitos a serem atingidos com o VT. Em uma reportagem factual, o texto poderá incorporar elementos em sua estrutura de natureza narrativa, apresentando os acontecimentos

de forma a contar uma história. Ao mesmo tempo, há a preocupação com uma descrição dos fatos que confira à reportagem o aspecto de verossimilhança. Para ajudar a narrativa e para que outras vozes confirmem a intenção do real da matéria, as sonoras entram na reportagem para confirmar as asserções do repórter, ou para elucidar alguma situação ou complementá-la, sejam personagens, especialistas ou fontes oficiais (LAGE, 2001).

A estrutura mais comum da reportagem televisiva é a divisão da estrutura em três etapas, apresentando o assunto na primeira parte, as suas causas e por fim suas consequências ou problematização.

A cabeça do VT cita brevemente a informação principal com um detalhe generalizado do assunto que seja de interesse social. A abertura do VT é o momento da humanização do assunto, torná-lo próximo do telespectador, com o objetivo de prender sua atenção, de tornar o assunto de interesse dele. É aqui que a reportagem brasileira introduz um personagem para gerar identificação no espectador e chamar sua atenção, enquanto a reportagem francesa situa inicialmente o acontecimento. Depois, entra-se no conteúdo em si do assunto, na informação propriamente dita, nas discussões em torno do tema, nas contradições. Por fim, o VT afunila para um personagem ou detalhe que conclua o assunto, voltando a humanizar o tema, ou direcionar para uma problematização.

A reportagem televisiva pode ser dividida de uma forma genérica em dois grandes blocos de informações: o problema e a sua descrição, seu detalhamento; e na segunda parte estarão as soluções apontadas pela reportagem. Em termos de modelo, a passagem tem a função de promover a transição de uma etapa à outra: no caso factual, trazendo o problema que liga a situação inicial à solução das narrativas. Em matérias temáticas, a passagem conecta a contextualização (do personagem ou informação) às explicações de causas e consequências. Podemos perceber que o modelo francês é o factual, pois traz um acontecimento e discute sua problemática e solução, enquanto o modelo brasileiro é mais temático, pois humaniza a informação e a traz em um contexto, para depois ir para suas explicações ou causas.

Um dos propósitos da passagem é reforçar a presença do repórter no local dos acontecimentos, justificando o deslocamento da emissora e seu investimento ao enviar uma equipe, e agregando força retórica ao enunciado (Machado, 2003, p5).

Imagetivamente, a passagem poderá servir também para marcar a mudança de lugar e tempo onde se está falando, criando uma coesão textual e organizacional dos tópicos ao articular dois momentos diferentes.

Um dos propósitos da passagem é reforçar a presença do repórter no local dos acontecimentos, justificando o deslocamento da emissora e seu investimento ao enviar uma equipe, e agregando força retórica ao enunciado (Machado, 2003, p5). Imagetivamente, a passagem poderá servir também para marcar a mudança de lugar e tempo onde se está falando, criando uma coesão textual e organizacional dos tópicos ao articular dois momentos diferentes.

Na imagem a seguir sugere-se a cor mais forte como a informação propriamente dita. É o assunto mais denso, que necessita de reflexão, análise, mais afeito ao campo racional. Já a cor mais clara representa o espaço da informação humanizada, mais próxima do telespectador, mais afeita ao campo emocional, empático. As separações internas são como mini blocos informativos, que vão se somando para formar um todo: a reportagem.

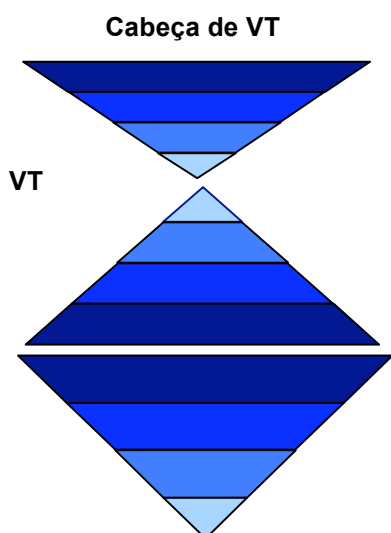


Figura 1: A estrutura da reportagem segundo concentração de informação. (Fonte: FAXINA, Elson, 2009)

6 ANÁLISE DO DISCURSO

6.1 Linguagem televisiva: códigos icônico, lingüístico e sonoro.

Para Rezende (2008, p. 38), a linguagem da televisão resulta da combinação de três códigos: o icônico (percepção visual), o sonoro (música, efeitos sonoros e sons que se manifestam dentro de uma montagem) e o lingüístico (língua falada e escrita e as combinações de palavras).

Podemos associar o código icônico ao campo imagético, contendo as imagens estáticas e em movimento, o verbal quando escrito e as logomarcas. O código sonoro é construído pelas falas, os sons, os ruídos e as músicas. O código lingüístico associamos ao código verbal, ao texto falado e às combinações de palavras usadas. Estes códigos são atravessados pelos códigos de técnicas audiovisuais de cortes, planos, ângulos, intensidade.

6.2 Código icônico e sonoro

A forma como o *Le 20 heures* se relaciona com os aspectos audiovisuais revela muito da construção específica de seu discurso. O primeiro quadro que aparece na edição já revela muito sobre suas características: vemos um globo girando, que tem focos de luz principalmente na Europa e África (de onde são a maioria das notícias), ao som da vinheta feita por Philippe Van de Velde. Em vez de chamar a atenção do espectador por sua composição atípica, como é o caso da vinheta do JN, a vinheta do L20H tem intenção de evocar a seriedade e o suspense, pois tem um só tom. Em seguida, o nome do jornal aparece na tela, seguido do nome do apresentador, Gilles Bouleau, e da logo do canal TF1. Este recurso reforça a identidade do telejornal e afirma ao espectador quem estará lhe atualizando as notícias, além de conferir credibilidade ao jornalista.

O conjunto destes elementos busca evidenciar uma credibilidade, associada à ideia de objetividade na informação: simbolicamente, podemos inferir que, no primeiro momento de abertura, o jornal revela que busca escanear o mundo à procura das manchetes do dia.



Figura 2

O cenário do jornal é todo construído com as cores azul, vermelho e branco, evocando claramente as cores da bandeira francesa. O sentimento nacionalista é percebido desde a logo da emissora, até o jogo de cores que acompanha a edição. Como as figuras 3 e 4 mostram, a evolução da logo da emissora revela que, com a privatização, ela buscou cada vez mais fortalecer sua identidade francesa e permanecer uma referência para os franceses.

Em 1984, sua logo era colorida para celebrar a televisão em cores que chegou em 1976, e para simbolizar a abertura e dinamismo. Em seguida, passou para a cor azul com listras, com intenção de criar um efeito 3D e remeter à modernidade, face à concorrência das outras emissoras. Já em 1990, depois de três anos de privatização, a logo adquire as características cores azul, branco e vermelho, com a intenção de certificar os franceses que, mesmo privada, o canal continuava francês.



Figura 3. Evolução da logo da TF1 desde 1974 a 1987

Figura 4. Logo da **TF1** de 1990 aos dias atuais,

As cores predominantes ao longo da edição são o azul e o branco por questões comerciais e de identidade. O seu principal concorrente, o Le 20 Heures do canal público France 2, também se apropria das cores da bandeira francesa, mas

utiliza predominantemente as cores vermelho e branco ao longo da edição. Logo, por uma questão de identidade, o TF1 se apropria do azul e do branco. Coincidentemente, são as mesmas cores dominantes do Jornal Nacional.

As primeiras imagens do L20H são as das notícias da escalada, que sempre aparecem com o título da matéria e a data do jornal, no canto inferior direito da tela, enquanto na lateral esquerda se vê a frase “Manchetes do dia”. Narrada com uma trilha sonora que fica em segundo plano, a voz de Gilles se destaca e há uma intencionalidade em criar uma atmosfera de suspense. A escalada do telejornal situa o espectador no tempo (dizendo a data), nas notícias, e com quem as transmitirá durante os próximos trinta minutos.



Figura 5. Quadro da escalada, com título da matéria e data.

A primeira imagem do estúdio é o âncora em Plano Americano (apresentador enquadrado da altura do busto ou da bancada, segundo GUTMANN, 2012). Interpretamos que os enquadramentos de câmera são produtores de certos efeitos de sentido, e responsáveis por configurar uma situação de diálogo iniciada pelos apresentadores. Assim, o efeito do Plano Americano num diálogo com o espectador é de distanciamento e formalidade entre as partes do diálogo de modo a destacar a autoridade do mediador em relação ao anunciado. Durante o telejornal, Gilles é enquadrado na maior parte do tempo pelo plano Americano (interpretando-se um efeito de distanciamento), e, eventualmente, há o Plano Geral (plano mais aberto em que se pode ver o cenário).

Em segundo plano há uma grande tela que resume o objetivo do telejornal: um grande painel à esquerda com pequenos quadros de notícias, ao lado de uma imagem quase panorâmica da Torre Eiffel. O Le 20 Heures tem caráter nacional, com uma forte referência parisiense. A torre, símbolo nacional e de pertencimento do país, ganha ainda mais destaque quando suas luzes piscam em branco, a cada

meia hora.

O quadro geopolítico da França se concentra em Paris, pois é onde estão concentrados o palácio do governo e todas as outras instâncias oficiais do poder executivo, legislativo e judiciário, o que implica numa grande visibilidade da capital nas emissões televisivas. Apontado como um canal desde seu início centralizador de notícias em capítulos anteriores (Aiguillon, 2001), o TF1, veiculando a imagem da torre, apenas reforça o ponto de vista adotado e seu posicionamento perante às notícias.



Figura 5. A Torre Eiffel piscando ao fundo.

A postura do apresentador é rígida, quase não há gestos, movimentos corporais, ou mudanças de expressão facial. Sutilmente, por vezes, um sorriso mínimo é esboçado (na escalada e em matérias leves, como a de culinária). Da mesma forma, não há qualquer entonação na fala ou mesmo direcionamento de olhar. Ele aparece sempre em primeiro plano, salvo em quadros mais leves, quando ele é retratado em Plano Médio, sem o balcão (como a série gastronômica representada pelo VT do Foie Gras). A mensagem é clara: há nitidamente uma intenção de produzir o efeito de objetividade.



Figura 6. O apresentador no plano fechado.



Figura 7. Gilles no plano médio na série gastronômica.

Pela história do telejornal e com sua privatização, os valores norte-americanos da objetividade e imparcialidade foram progressivamente se incorporando no modo de se fazer telejornalismo na França a partir de 1960, e com a introdução do teleprompter, em 1970 (RUELLAN, 2004). Isso se refletiu também na maneira do apresentador se portar: de apenas um leitor de informações, para o âncora que se direciona diretamente ao espectador e introduz as notícias. Gilles representa claramente este modelo de apresentador: o mediador que se apaga para a notícia ser transmitida em seu modo mais próximo do real.

Nos termos de Verón (2003), trata-se do apresentador “ventríloquo”. O autor classifica a postura e gestualidade dos apresentadores de telejornais em dois tipos: os “ventríloquo”, como um mediador para o discurso factual e descritivo, e o “apresentador moderno”, que se expande por meio da dimensão corporal.

A postura neutra é buscada em toda a construção visual do telejornal. Nos VTs são usados com mais frequência os takes (quadros), intercalados com algumas imagens em zoom. As imagens usam em sua maioria Planos Gerais (nos quais se visualizam todos os personagens e o cenário), com o objetivo de se interpretar que o material foi reproduzido em sua totalidade, que o fato foi noticiado conforme ocorreu e não houve edição. Um exemplo do uso dos planos abertos e de takes é a reportagem sobre o Massacre em Newton, nos EUA.



Figura 8. Planos abertos do VT de Newton

Ainda com objetivo de transmitir o fato em sem aparente edição, o telejornal não faz uso freqüente da arte gráfica. No VT padrão, foram usados somente para cobrir a nota sobre o aumento dos impostos (como mostra a figura 9). Somente em casos de reportagens com informação quantitativa mais relevante, mas se usada são no máximo duas frases, com escritas com fontes mais rebuscadas.



Figura 9. Arte gráfica do VT sobre os Impostos

Outro recurso visual utilizado em vários VTs é o plano sequência, uma técnica narrativa nas reportagens que estabelece uma nova dimensão temporal à imagem, que assume uma relação diferente com a realidade. Conferindo agilidade e dinamismo às imagens, o uso deste recurso implica em uma presentificação da imagem. Nelson Brissac Peixoto (1991) disserta sobre seu uso no cinema:

O presente de um filme advém da sensação de que as coisas, sob nossos olhos, no presente da visão, estão ocorrendo na medida de sua própria imprevisibilidade. Como se escapassem da vontade do diretor. A recusa a manipular a cena pela decupagem ou pela montagem converte o filme num espaço vivo, onde tudo vai efetivamente acontecendo (PEIXOTO, 1991. P.80)

É este efeito que o telejornal busca ao utilizar o plano sequência. O “espaço vivo”, aqui, como a revelação dos fatos no momento em que eles acontecem, sobretudo da perspectiva do presente. Têm-se a impressão de estar no lugar do acontecimento, com a câmera ligada, acompanhando o fato e seus desdobramentos de perto.

Uma das reportagens que mais usou deste recurso foi a dos Presentes de Natal sob Vigilância (de 1 minuto), no qual a câmera acompanhou o movimento dos policiais e motoristas em sua maioria por planos sequência.



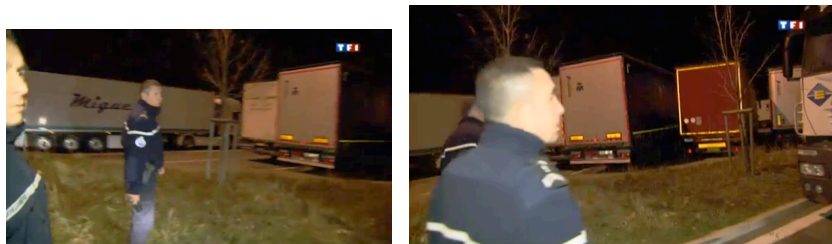


Figura 11. Planos sequência do VT Presentes de Natal sob Vigilância

As sonoras também são construídas de forma a parecerem interromper o mínimo possível do fato ou da sequência de acontecimentos. Em sua maioria, as imagens que cobrem as apresentações dos personagens são deles em suas atividades ligadas com o tema da reportagem, e quando há mais de um personagem, o áudio é aberto para que o espectador possa ouvir o personagem interagindo em seu ambiente original.

No VT da Vigilância dos Pacotes, por exemplo, os personagens são retratados em seu ambiente de trabalho, interagindo com os colegas, e pode-se observar que a interrupção do repórter é mínima. O objetivo é provocar a impressão de que não houve interferência do jornal.



Figura 12. Personagens interagindo sem o repórter

A última marca estrutural e imagética da busca pela não interferência na transmissão das notícias é a não obrigatoriedade da passagem, conforme observamos anteriormente (de 45 VTs da amostragem, apenas 11 continham passagem). Pela não aparição do repórter, a emissora busca uma aproximação real do acontecimento, fortalecendo sua presentificação. O telespectador pode ter, assim, a impressão de que está vivenciado o fato sem interrupções, até mesmo sem a mediação da câmera.

A passagem só é usada como recurso de afirmação da presença do repórter no local dos acontecimentos, agregando retórica ao discurso da reportagem e justificando o investimento em enviar uma equipe (MACHADO, 2003). No Le 20 Heures, as reportagens no exterior usam a passagem para justificar a presença da equipe. No VT padrão, foi usada para as reportagens do Massacre em Newton (de duração de 2 minutos e 9 segundos) e da situação sócio-política da Tunísia após a Primavera Árabe (de duração de 1 minuto e 54 segundos).

A passagem só é usada dentro da França se o tema é político e a emissora o considera como noticiável. O exemplo de passagem em reportagens locais do VT Padrão é o VT sobre a absolvição de Marc Machin (2 minutos e 18 segundos). Aqui, a passagem é usada como um reforço na retórica do repórter. Como a França mantém uma cultura em que se discute muito a política, os repórteres usam as passagens em matérias de política para evidenciar sua importância e reforçar seu discurso.

Estruturalmente os planos usados são os planos médios, e, geralmente o plano de fundo é usado como identificação do lugar onde é feita. O lugar da passagem no VT é em sua maioria no fim, não como uma transição, mas como um fechamento de um tema. Outra peculiaridade é que o jornalista que aparece na passagem não aparece nos créditos da matéria, pois já está no GC.



Figura 13. Passagem do VT do Massacre em Newton

O discurso audiovisual do Jornal Nacional é constituído de diversos elementos que constroem uma identidade visual específica: é uma linguagem que busca identificação com o espectador, procurando sua empatia com mais dinamismo. Mesmo que muitas de suas práticas sejam buscando a objetividade, o

discurso audiovisual se caracteriza mais pela figura mediador, do que pela transmissão sem interferências de notícias. Mais do que apenas o transmissor, o apresentador e a própria construção do jornal pretendem fornecer uma abordagem das notícias em que há a interpretação, mas ela não é clara e identificável numa primeira análise. Os principais elementos desta interpretação da realidade são os recursos sonoros, o jogo de imagens, a entonação dos apresentadores e a construção das notícias.

Num primeiro momento, a escalada do JN não situa o espectador no tempo nem em qual acontecimento será tratado: há apenas a imagem dos apresentadores, Willian Bonner e Patrícia Poeta, que narram as manchetes do dia. Em seguida, há a vinheta característica do jornal e a logo do JN surge: é a última chamada para encontrar as atualidades do dia. A vinheta não procura um efeito de suspense, é um efeito sonoro característico feito apenas para alertar o espectador desatento que o telejornal irá começar.



Figura 14. Logo do jornal seguido da vinheta: alerta para a notícia.



Figura 15. Quadro da escalada: sem textos ou referências.

Os elementos visuais (a logo, a escalada e a vinheta) estão combinados de tal forma a valorizar a identidade do telejornal e mostrar sua relevância para transmitir as informações: o espectador precisa prestar atenção ao que está sendo veiculado e dito, não há recursos textuais na tela, nem uma trilha sonora de suspense. A logo da emissora Globo da mesma forma está sempre presente, reforçando de que se trata do canal com mais audiência. Ao longo do tempo a logo se arredondou para formar literalmente um globo com recursos gráficos que lembram uma televisão; ao fundo, conseguem-se ver as cores primárias que dão origem às imagens na tela: o vermelho, azul e verde. Estes recursos pretendem

provocar a identificação da logo como uma referência de se fazer televisão. Durante a transmissão do telejornal a logo fica transparente, o que aponta para uma intencionalidade de representar a objetividade e a transparência.



Figura 16. Evolução da logo da emissora (Fonte: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,5265,00.html>)

As cores do jornal também são o azul, branco e vermelho. Porém, no Brasil essa combinação não evoca o nacionalismo, apenas constroi a identidade visual do telejornal. No país, a linguagem do telejornalismo é feita com as cores branco e azul, como exemplo dos telejornais da Rede Record e da Rede Bandeirantes. O uso das cores frias aqui tem intencionalidade de remeter à seriedade e se relaciona com o simbolismo do azul: a tranquilidade e calma. Numa tentativa de lidar com o campo imagético, o telejornal busca criar um momento de atenção e informação (cores frias e identidade audiovisual) para a comunicação com o telespectador.

Depois da logo, Bonner e Patrícia cumprimentam o telespectador numa simples sentença que sintetiza a influência do jornal: “Boa Noite”. No JN, não há necessidade de introduções, nem contextualizações. Mais uma vez, a identidade do jornal é reforçada, pois não há qualquer apresentação oral ou visual dos âncoras. Supõe-se que o telespectador já tenha conhecimento prévio de quem sejam.

Durante o telejornal, os apresentadores acrescentam dinamismo ao papel de narrar as notícias. Há a alternância entre o Plano Americano (com efeito de sentido de formalidade e distanciamento) de Bonner e Poeta, com um Plano Geral (apresentadores enquadrados juntos num plano aberto em que se pode ver o cenário). O Plano Geral tem um efeito de sentido de inclusão do sujeito enunciatário na cena comunicativa ao configurar um efeito de conversação entre os

apresentadores e entre estes e o sujeito.

A interação os âncoras também é constante, há a troca de olhares e gestos consonantes. No campo da percepção, com duas vozes diferentes (e a combinação de uma feminina e masculina), as falas ganham mais leveza e tendem a causar menos dispersão. O efeito de sentido de conversação está presente em cada elemento, podendo ser interpretado como até cumplicidade.



Figura 17. Plano aberto com os dois apresentadores

A postura dos âncoras busca fazer uma referência à objetividade, com uma postura rígida e poucas expressões corporais ou faciais. Porém, em relação à postura de Gilles, Bonner e Patrícia fazem mais movimentos com o corpo, mesmo que sutis, e mudam a expressão facial e a entonação de acordo com o tema da notícia. Neste caso, trata-se do “apresentador-moderno” ao qual Verón (1983) se referia: o corpo do apresentador é midiaticizado como estratégia de interpelar e aproximar ainda mais o telespectador. O apresentador se configura como uma expansão do cenário, que ganha profundidade e arquitetura e uma maior variedade de movimentos.

O cenário do jornal é construído por diversos elementos simbólicos: os âncoras estão em primeiro plano, os bastidores do jornal estão em segundo plano, mas são visíveis, e em terceiro plano há um enorme globo.

O fato de Bonner e Patrícia estarem acima da redação e em destaque reforça o objetivo primordial do jornal: a transmissão das notícias. O uso de um computador também remete à atualidade e à informação, pois, mesmo com teleprompter, há a ideia de que se algo acontecer repentinamente, os jornalistas saberão imediatamente. Estes recursos representam imgeticamente os princípios do

jornalismo da atualidade e objetividade.

Os bastidores da notícia, em segundo plano, podem significar a transparência no fazer jornalístico (pois o espectador vê seu processo de produção) e podem buscar também uma aproximação com este espectador, que agora conhece mais do jornal. O fato de a redação estar em baixo dos apresentadores evidencia simbolicamente a posição que a apresentação, o momento de transmissão de notícias com o espectador, ocupa no jornal.

Em terceiro plano, no plano aberto, vê-se um globo azul contendo todos os continentes. Esta imagem remete também à atualidade e representaria uma busca por notícias globalmente. Porém, no momento de narrar as notícias, sempre com o plano fechado, o enquadramento só revela os países do hemisfério sul. Intencionalmente ou não, essa preferência de enquadramento pode revelar simbolicamente uma tendência a matérias sobre a América Latina ou os países do Sul (da divisão sócio econômica da Teoria dos Mundos).



Figura 18. Os planos fechados e os enquadramentos dos países do Sul.

Ao longo da sua transmissão, o telejornal constroi com elementos do código visual uma narrativa que evidencia a relação de identidade e do seu papel de mediador dos fatos.

Durante o tempo de apresentação, o Jornal Nacional veicula informações em forma de reportagens (VTs), notas peladas e cobertas, e reportagens “ao vivo”. Os VTs usam com mais frequência os takes, intercalando uma média de quatro takes para uma imagem em movimento (geralmente um movimento de aproximação, ou *zoom in*). Mais usado, o *zoom in* configura num primeiro momento uma mudança temática ou uma pausa. Mas também representa a inclusão do sujeito enunciatário na cena, pela aproximação da câmera. Há uma

convocação da proximidade do sujeito enunciatário em direção à cena comunicativa.

Os planos mais utilizados são os Planos Gerais (PG), associando a eles efeitos de inclusão do sujeito enunciatário na cena comunicativa e uma relação de imediatez com o fato. Ao se associar à neutralidade, parecendo uma imagem sem edição (como se o enquadramento não fosse uma escolha prévia), os Planos Gerais tendem a causar o efeito de sentido de objetividade. No telejornal analisado, todas as matérias continham takes com Plano Geral.

Um exemplo destes enquadramentos gerais são as reportagens que contêm imagens externas. No VT do Apagão (o PG aparece três vezes) e no da Segurança das Malas nos Aeroportos (o PG aparece onze vezes).

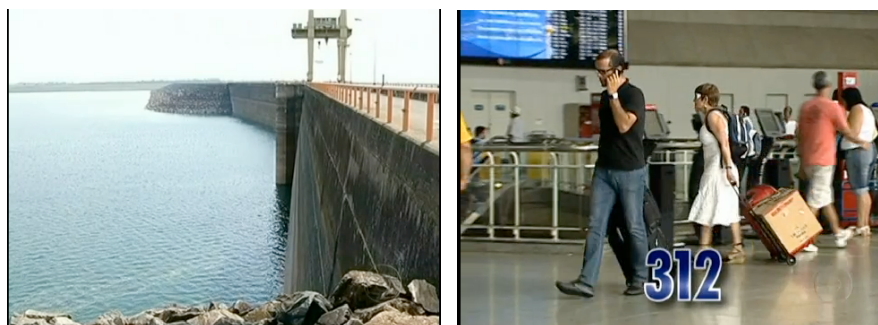


Figura 19. Imagens dos quadros de Plano Geral nos VTs do Apagão e da Segurança de Malas nos Aeroportos.

Podemos notar que os Planos Gerais usados nos takes, como são mais abertos, remetem à impressão de que o lugar foi retratado sem mediação.

Quando se tratam de assuntos específicos (como personagens, ou assuntos mais abstratos e difíceis de se captarem imagens, como economia), são utilizados os Planos Fechados. Um exemplo de planos fechados utilizado no VT sobre A Circulação de Notas Falsas. Aqui se observa o uso predominante de plano fechado por ilustrar o tema com um objeto: as notas.



Figura 20. Imagens do Plano Fechado no VT sobre Notas Falsas.

Os personagens e entrevistados são introduzidos com imagens dos bastidores da entrevista, geralmente conversando com o repórter. Ao contrário da emissora francesa, o JN não costuma mostrar imagens dos personagens com áudio aberto e interagindo sem a presença da reportagem. As sonoras, e as imagens dos entrevistados conversando com o repórter que cobrem os Offs, reforçam o aspecto de identidade da linguagem do jornal e seu caráter de mediação da realidade. Esse modo de mostrar o entrevistado só muda quando se usam imagens do arquivo para falar da fonte, ou são imagens de uma sessão pública, ou uma coletiva de imprensa.

Os entrevistados são enquadrados ao centro e no Meio Plano, e quando possível com o fundo que remeta ao tema da matéria. Como exemplo, vemos a sonora do VT do Apagão, com o especialista e o fundo remetendo ao intelecto, e a sonora do VT das Notas Falsas, com uma personagem com o fundo remetendo ao consumo.



Figura 21. Sonoras de especialista e personagem, respectivamente, com imagens de fundo relacionadas com o tema.

Outra estrutura típica da postura simbólica mediadora do telejornal é a falta de Plano-Sequência. No telejornal Padrão analisado não foi encontrado nenhuma reportagem que tenha utilizado esse tipo de enquadramento. A ausência deste

recurso pode evidenciar num plano simbólico uma postura de distanciamento, reforçado pelo uso de takes e planos fechados.

Um capítulo a parte no código imagético do jornal é o uso freqüente de Arte Gráfica nas matérias. Sejam ilustrações, gráficos, números, mapas ou tabelas, o jornal se vale destes recursos para garantir uma comunicação clara. Das 9 matérias do VT Padrão do JN, 5 usaram recursos gráficos. O maior número apareceu na matéria da segurança dos aeroportos e das notas falsas, em que houve uma ilustração do bagageiro do avião e a explicitação de uma nota verdadeira.

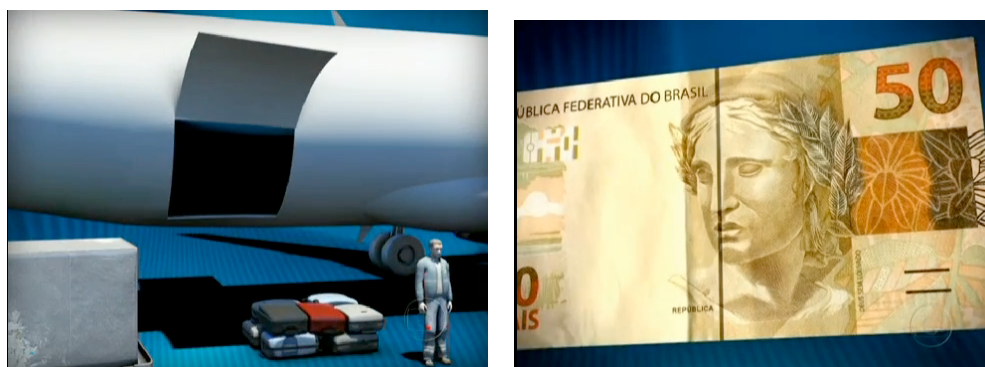


Figura 22. Arte gráfica dos VTS da segurança em Aeroportos e Notas Falsas.

O quadro da Previsão do Tempo é outro elemento de destaque do JN. Apresentado diariamente desde 1991, tem em média 55 segundos de duração e costuma fazer uso de mapas, tabelas e outros recursos gráficos.

A maneira do Jornal Nacional construir o seu discurso audiovisual específico contém uma postura mediadora perante os fatos que busca afirmar sua identidade e presença por vários elementos do código icônico. O último deles, é a afirmação e retificação do papel do jornalista na matéria.

As reportagens são feitas por um só repórter, diferentemente das feitas no Le 20 Heures (feitas por equipes). O fato de a matéria ser feita por um repórter retifica seu papel como mediador da realidade, e personaliza seu conteúdo: têm-se a impressão de que o repórter tem a autoria não só da matéria, mas é vinculado também ao próprio acontecimento.

O repórter também assume seu papel de mediador perante os fatos na Passagem. Presente em todas as edições analisadas, a passagem além de marcar

uma transição de lugar e tempo de onde se está falando, e articular dois momentos diferentes, serve como uma assinatura de autoria da matéria.

Nos VTs do JN analisados, são poucas as passagens que preenchem suas principais funções. Cheia de informações que poderiam ser usadas no Off, mas não fazem uma transição simbólica de momentos nem de informação, ela acaba sendo usada apenas para marcar a presença do repórter. O enquadramento varia de acordo com o tema da matéria, mas geralmente o repórter encontra-se em alguma lateral da tela, em Plano Médio.

Assim, o enquadramento e os movimentos de câmera são apropriações culturais, e formas materiais e simbólicas de se construir a notícia de TV. Estes podem funcionar como elementos fundadores e configuradores de um diálogo que pressupõe a participação da audiência, ou que ratifica o papel do mediador.

Na Televisão, Rezende (2000) aponta que o código icônico predomina mais que o lingüístico ou o sonoro, por se tratar de imagens simbólicas (2000). Para o autor, por não estabelecer uma relação arbitrária com o espectador, a imagem televisiva é universal. “Por não ser arbitrária, a ligação imagem-signo dispensa o referente prende-se diretamente ao seu significado” (REZENDE, 2000, p. 39).

Apesar da soberania da imagem perante os outros códigos, a hierarquia não é imutável. Nas circunstâncias de emissão e recepção de mensagens há a combinação e suporte de outros códigos, criando uma ideia de intercomplementação de sentidos.

6.3 Código Linguístico

O oral é mais espontâneo e menos planejado que a escrita. O oral realiza-se em menos tempo e mostra-se mais fragmentado que a escrita, visto não sofrer os processos de reedição. O código linguístico, apesar de não ser o dominante na televisão, é essencial para a construção de uma relação comunicativa com o enunciatário.

Num sentido de eficácia da comunicação, o tom da fala, as hesitações, as pausas, importam mais aos telejornais do que o uso irretocável das normais gramaticais.

Debray (1993, p.96) diz que, enquanto a escrita separa e distancia, a voz cria laços, faz participar. Para o pensador francês, na enunciação oral, o emissor gira em torno do receptor, ao passo que, no escrito, o receptor gira em torno do receptor.

Como é um texto feito para ser falado, para Rezende (200, p. 59), o discurso televisivo é híbrido: é um discurso escrito feito para ser lido, que, ora se revela elaborado, se aproximando da rigidez da gramática, ora é leve, se aproximando da língua falada e sua sintaxe mais livre. Na construção das reportagens, busca-se uma aliança entre a palavra e elementos não verbais.

Rezende situa este discurso como uma estratégia de comunicação dos telejornais:

De intensidade variável conforme o gênero de programa, esse oral “produzido” ou “escrita oralizada” é condição essencial para o êxito de um espetáculo de t \hat{e} ve junto aos telespectadores. E os telejornais não são exceção: buscam nas estratégias do coloquial os recursos para uma comunicação eficaz, decisão que se justifica pela presença intensa do coloquialismo na realidade cultural brasileira (REZENDE, 2000, p. 61)

O foco do telejornalismo no Brasil, como apontou Rezende (2000), é uma comunicação eficaz que proporcione a melhor assimilação da mensagem pelo receptor. Para o autor, quanto mais as palavras forem familiares ao telespectador, maior será o grau de comunicação. Para tanto, o texto de televisão busca a clareza, simplicidade e concisão.

Le 20 Heures e Jornal Nacional usam de diferentes estratégias na construção da “escrita oralizada”:

- Simplicidade na estrutura sintática e no vocabulário:

Estruturalmente o JN utiliza orações na ordem direta durante a escalada, as cabeças e as reportagens, mesmo com temas como política ou economia. A linguagem é compatível com o coloquial, visando uma mensagem acessível. A exemplo da matéria do Apagão, podemos perceber claramente o uso da ordem direta e estrutura sintática simples:

Escalada (Chamada) : Autoridades suspeitam que um raio tenha causado o apagão em 12 Estados”.

Cabeça: "O Apagão que deixou áreas de 12 estados brasileiros às escuras no último sábado pode ter sido provocado por um raio. Foi o quinto grande blecaute este ano".

OFF1: Na usina hidrelétrica de Itumbiara, entre MG e GO, técnicos do operador nacional do sistema, Agência Nacional de Energia Elétrica e Ministérios de Minas e Energia começaram a investigar as causas do apagão. Uma falha na usina provocou o desligamento de outras instalações de transmissão e de geração de energia.

Já nas reportagens do Le 20 Heures, a estrutura sintática é mais complexa, com orações na ordem inversa:

Escalada (Chamada): Foi na televisão, há dois anos, dia por dia, o começo da Primavera Árabe na Tunísia. O que resta da revolta popular? Como os tunisienses vivem livres de Ben Ali?

Cabeça: No exterior, ela foi o berço da Primavera Árabe. A Tunísia comemora hoje o segundo aniversário de sua revolução de "Jasmin. A euforia que seguiu a queda de Ben Ali deixou, como vocês vão ver, apenas descontentamentos. Nossos enviados especiais voltaram a Sid Bouzid, cidade onde começava a revolta em dezembro de 2010.

OFF1: Sua morte uniu todo um povo e derrubou a ditadura. Dois anos após seu gesto desesperado, uma multidão imensa presta homenagens ao primeiro mártir da revolução, Mohamed Bouazizi.⁷

Aqui percebe-se uma estrutura mais complexa, mas ainda assim há a escolha com vocabulário simples. O recurso da inversão é usado para enfatizar o discurso e criar um efeito de narratividade, de um fio condutor. Como não é a ordem da oralidade (a direta), essa composição remete a uma intencionalidade de se dirigir a um enunciário que seja capaz de compreender o discurso em um tempo mínimo

⁷ C'est en TV 2 ans, jour pour jour, le début du Printemps Arabe en Tunisie. Que reste-t-il de la révolte populaire? Comment les tunisiens vivent-ils débarrassés de Ben Ali?

A l'étranger, elle fut le berceau du Printemps Arabe. La Tunisie fête aujourd'hui le deuxième anniversaire de sa révolution du jasmin. L'euphorie qui suivit la chute de Ben Ali a laissé place, vous allez voir, aux désechantements. Nos envoyés spéciaux sont retournés à Sid Bouzid, c'est dans cette ville qui débutait la révolte en décembre 2010.

Sa mort a uni tout un peuple et fait chuté la dictature. Deux ans après son geste désespéré une foule immense rend hommage au premier martyr de la révolution, Mohamed Bouazizi.

do ritmo das reportagens televisivas.

- Clareza:

O texto de ambos os telejornais é claro no sentido de concisão e precisão. Essas características são relacionadas ao processo de seleção de palavras, optando pelos termos mais simples, curtos, e pelas palavras mais conhecidas e presas em seu significado.

A reportagem do JN sobre a decisão do STF no julgamento do Mensalão explicita a opção do telejornal por palavras de simples compreensão, mesmo quando se trata do campo de atividade jurídico, com expressões e vocabulários específicos. A escolha das palavras esclarece a situação, conta o que aconteceu no julgamento de forma sucinta e simples.

Cabeça: O Supremo Tribunal Federal decidiu hoje que os deputados condenados pelo mensalão perderão os mandatos automaticamente. Foi a última das 53 sessões de julgamento do processo.

OFF1: O Julgamento do mensalão foi retomado com a volta do ministro Celso de Mello. (...) Do voto dele dependia o desempate sobre a perda de mandato dos três deputados federais condenados, João Paulo Cunha, do PT, Valdemar Costa Neto (PR) e Pedro Henry (PP). Celso de Mello acompanhou o voto do relator, Joaquim Barbosa, considerou que o Supremo tem a palavra final sobre a questão e que portanto os deputados devem perder o mandato assim que não houver mais possibilidade de recursos à corte. Neste caso, cabe a Câmara apenas executar a decisão do Supremo.

O Le 20 Heures geralmente traz um texto com palavras usadas em situações de discurso mais elaborado, porém que não possuem vários significados. Geralmente são palavras presas ao significado. Um exemplo do uso de uma palavra fora do comum aparece no VT do Massacre em Newton,

Chamada: “O Massacre de Newton, nos EUA: Três dias após a tragédia, os

exéquios das vítimas começaram há poucos minutos...”⁸

Aqui a palavra exéquios significa rituais fúnebres, no francês, “obsèques”. Mesmo os jornais impressos de maior expressão segundo os franceses (como Le Monde ou Le Figaro) não usam este termo.

- Vinculação com o coloquial

O Jornal Nacional busca uma aproximação da linguagem coloquial por um recurso característico da oralidade: a preferência pelo uso de verbos no presente do indicativo, e no gerúndio. Conferindo atualidade ao texto, presente do indicativo produz um efeito de sentido de temporalidade: o enunciatório pode se relacionar com o fato através do tempo presente e do efeito de simultaneidade. O gerúndio também confere atualidade ao texto, aproxima-o da linguagem coloquial, e produz a ideia de que a ação ainda está acontecendo.

O gerúndio foi usado na passagem do VT das Mudanças nos Aeroportos: “O grupo de trabalho sugeriu mudanças que já estão sendo implantadas. O grande teste acontece agora, com o início da temporada”.

O tom coloquial do telejornal francês Le 20 Heures é externado pelas boas-vindas do jornalista Gilles Bouleau: “Boa noite a todos, aqui estão os outros títulos de atualidade desta segunda...”⁹. No idioma, o uso do pronome “todos” é de natureza extremamente informal, o que contraria a própria cultura formal dos franceses. A tradição do jornal nos anos anteriores era de usar o pronome “vós”, comum no tratamento formal francês, além de se referir ao termo “Senhoras e Senhores”. O uso do presente do indicativo, principalmente nas cabeças, reforça o caráter atual do discurso e também o aproxima do coloquialismo.

Em contrapartida, as chamadas também usam o tempo verbal do “passado simples”, que, como o pretérito mais que perfeito no Brasil, é um tempo que remete

⁸ GB: “La tuerie de Newton, aux États-Unis: Trois jours après le drame, les obsèques des victimes ont commencé Il y a quelques minutes..”. VT do Massacre em Newton.

⁹ Bonsoir à tous, voici les autres titres de l'actualité de ce lundi...”

a uma situação comunicativa mais elaborada. Um exemplo do uso do pretérito perfeito é a chamada do VT da Revolução na Tunísia (decupada no tópico sobre simplicidade), no qual o verbo “ser”, em vez de flexionado no tempo do pretérito mais coloquial (que seria o perfeito: foi), foi flexionado no tempo equivalente a “fora”.

- Narratividade

O código verbal francês possui uma característica peculiar: a da construção da entonação e de uma combinação específica de elementos do texto, a fim de criar um fio condutor de uma narrativa da reportagem.

OFF1: Ela foi sua primeira vítima. Em sua casa, Nancy Lanza foi morta com quatro balas na cabeça pelo seu próprio filho. Os que a conheciam, a descrevem como uma mãe protetora. Criando seu filho sozinha, essa mulher passava por graves problemas psicológicos.¹⁰

O uso de palavras com fins descritivos diferencia esse OFF de uma abordagem jornalística moldada puramente pela objetividade. Em vez do telejornal ser sintético e usar a frase “mulher é morta pelo filho”, foram usadas diversas combinações de palavras a fim de construir um efeito descritivo. Tem-se a impressão, com este OFF e a construção da reportagem, que está se entrando numa narrativa que explora a vida desta mulher.

A entonação dada pelo repórter é pausada e com tons dramáticos, diferente do tom do apresentador ou das outras reportagens desta edição do telejornal. Assim, o efeito de sentido que se pretende criar é a da construção de uma narrativa. Com a entonação certa, o vocabulário e combinação dos termos de forma similar aos da literatura, têm-se a impressão de se ouvir uma história.

¹⁰ OFF1: “Elle a été la première victime. C’est dans sa maison que Nancy Lanza a été abattue de quatre balles dans la tête par son propre fils. Ceux qui la connaissaient, l’a décrivent comme une mère protectrice. Élevant seule son fils, cette femme attend de sévères troubles psychologiques”.

6.4 Efeitos de sentido: a temporalidade

O formato televisivo é formado pelo código icônico, linguístico e sonoro (REZENDE, 2000). No telejornalismo como um gênero discursivo, a combinação destes códigos em enunciações típicas pertencem a um subgênero do telejornal, e acabam produzindo efeitos de sentido. Abordaremos dois efeitos de sentidos do telejornalismo: o efeito de tempo que condiciona a produção das notícias (o tempo da televisão), e o efeito de temporalidade produzida por pela combinação de diferentes formatos do telejornal (o tempo construído).

Os processos de produção da notícia, conhecidos como teorias do *newsmaking*, abordam a influência da dimensão exterior (e anterior) da produção da notícia. No campo do telejornalismo, uma vez que lidamos com o que já foi produzido (o produto: o discurso), é porém indispensável apontar o caráter fragmentado do discurso televisivo, em muito influenciado por questões anteriores à sua produção.

Quando se trabalha com televisão, trabalha-se irremedialmente com o tempo: a fase de construção da notícia (apuração, a construção, a redação) já tem padrões determinantes e formatos pré-estabelecidos. Muito do que se faz em telejornalismo tem restrições temporais. A reportagem deve ser decupada e deve ter duração do tempo que foi estabelecido. Por possuir pouco tempo na programação e pela própria fascinação que a imagem exerce, a atenção é exigida em cada segundo. Busca-se captar a audiência (agora não falando mais de espectadores) a cada mudança de quadro. O tempo de um programa é determinado, dentre outros fatores, pelo investimento financeiro. Por esse motivo também, Rezende (2000) enfatiza que um dos principais objetivos dos telejornais é buscar a empatia do espectador. Para tanto, o código verbal é mais próximo da oralidade e há um ritmo específico de se narrar os fatos. Por esses fatores, e pela influência do tempo programado, o formato discursivo dos telejornais analisados é fragmentado e dinâmico.

Há também os efeitos de produção de sentido de construção de fenômenos temporais feitos de combinações de formatos e enunciados típicos do telejornalismo (tempo construído). No discurso da atualidade da televisão, Franciscato (2005) descreve cinco fenômenos temporais que caracterizam as relações temporais que o

telejornalismo estabelece: a instantaneidade, a periodicidade, a simultaneidade, a novidade, e a revelação pública.

A instantaneidade se relaciona com a velocidade de transmissão do acontecimento, “instante é aplicado para qualificar um período de tempo muito curto, que parece não ter uma duração significativa que nos possibilitaria perceber a passagem do tempo “ (FRANCISCATO, 2005, p. 113). Com essa relação, a transmissão das imagens em tempo quase “real” cria uma relação imediata com a realidade. As reportagens dos telejornais com enquadramentos abertos em sua maioria pretendem produzir esse efeito de “imediato”. Quando o Le 20 Heures veiculou a reportagem sobre o Massacre em Newton, nos primeiros segundos da cabeça do VT há imagens de moradores caminhando ao primeiro enterro de duas das vítimas, acompanhadas da narração de Gilles : “Os moradores da cidade vão neste momento, como vocês podem ver nas imagens, ao funeral”¹¹. Têm-se a impressão de que as imagens se passam exatamente no mesmo momento que são transmitidas.

Franciscato (2005) situa a periodicidade à capacidade de produção e circulação do material jornalístico a partir de uma demanda social de acompanhar o desenrolar dos fatos. Associamos aqui as reportagens do JN sobre a decisão do STF sobre o Mensalão (que partiu diariamente de uma demanda social), e as reportagem do L20H sobre o Massacre em Newton (mesmo na França continuaram falando do tema, enquanto no Brasil já não havia mais destaque) e sobre os dois anos de Primavera Árabe na Tunísia (o jornal noticiou os desdobramentos do fato, não apenas seu epicentro).

A simultaneidade pode ser entendida como um efeito provocado pelo telejornalismo de que os eventos noticiados acontecem ao mesmo tempo e são partilhados por mais pessoas. Ambos telejornais tratam de eventos de uma forma que pareçam acontecer num mesmo momento aos espectadores: há a série de VTs de Natal do Le 20 Heures, que no seu discurso considera a data universal, e a reportagem do JN sobre o Apagão, construída de maneira a parecer que o blecaute atingiu todo o país e que sua explicação foi feita pela reportagem.

A novidade é a categoria responsável por vincular o acontecimento ao

¹¹ GB: “ Les habitants de la ville se rend dans ce moment même, comme vous le voyez sur ces images, au funerarium”.

presente, reconhecendo algo de singular e original em algum fato. A atividade jornalística constitui modos padronizados de ver os acontecimentos, e, de acordo com a noticiabilidade do fato, o olhar do jornalista o condiciona a valorizar aspectos no evento que tenham indício de novidade. Aqui podemos citar o exemplo da reportagem do L20H do Massacre em Newton. O fato de a mãe do assassino ter um perfil psicológico problemático se tornou o ponto de partida de uma nova abordagem do caso.

Por fim, Franciscato (2005) trata da revelação pública, que está associada à veiculação pública de conteúdos jornalísticos que estavam em sigilo ou eram desconhecidos da sociedade. Neste exemplo, podemos citar o VT de Marc Machin, em que o L20H revelou a denúncia do personagem contra o ato de improbidade dos policiais que o prenderam injustamente. No caso brasileiro, há o VT do Willian da Rocinha, em que o jornal supôs que a denúncia de manipulação do vídeo usado para incriminá-lo era um fato desconhecido do público.

6.5 Efeitos de sentido: Espaço

Consideramos que os recursos e estratégias empregados pelos telejornais na construção das notícias podem configurar um efeitos de sentido de diálogo com o enunciatário. Estes efeitos podem ser de natureza temporal, como já exposto, ou de natureza espacial.

Neste sentido, as reportagens televisivas são produzidas de modo a conceber que a televisão é ubíqua, ou seja, no seu modo de fazer notícias pressupõe que ela está em vários lugares e atende a todas as diversas necessidades (REZENDE, 2000). O autor comenta que da maneira que se fazem as matérias, há um efeito de que o jornal está em todos os lugares para trazer a notícia aos telespectadores. Ao mesmo tempo, imagina-se que as notícias reunidas no telejornal são as que representam melhor a capacidade do jornal de elaborar um discurso que contenha um espaço único, mas que representa todos os espaços possíveis.

Sobre o conteúdo das matérias, Aiguillon (2001) comenta o fenômeno da Glocalização nos telejornais. Para o autor, a hiperfragmentação dos telejornais dificulta seu acesso às diferentes camadas da população. Mesmo assim, ele continua seu discurso de representante da identidade nacional. Para atender a essa demanda os telejornais optam recurso da Glocalização, que consiste em, de um

lado, transmitir uma informação regional e local direcionada à população, e por outro lado introduzir uma informação de caráter nacional ou internacional a fim de produzir um sentido de integração. Esse recurso pretende produzir um efeito de integração simbólica da realidade da comunidade local com o país e o mundo através das notícias.

Podemos observar como os telejornais analisados usam deste recurso em diferentes graus para obter efeitos de sentido diferentes. O Jornal Nacional tem a grande maioria de suas notícias a nível nacional, priorizando mais o sentido de integração de todas as regiões em que é transmitido. Na edição do dia 17 de dezembro, somente o último bloco foi reservado às notícias internacionais. Foram duas notas cobertas sobre a América Latina (Eleições na Venezuela e Lei de Imprensa na Argentina) e uma reportagem sobre a Constituição no Egito. Mesmo nas quatro edições de amostragem, de todas as informações transmitidas, o JN teve nove informações de âmbito internacional. São elas: VT Constituição no Egito (dia 17), Nota coberta Argentina (dia 17), Lei de imprensa (dia 17), VT do sequestro de um repórter na Síria (dia 18), VT do Uso medicinal da Maconha em Washington (dia 19), Nota coberta Vulcão Rússia (dia 19), VT da Crise na Europa em Portugal (dia 19), Nota coberta do Conflito na Síria (dia 20) e Nota coberta do Arrastão na Argentina (dia 20).

A preferência por notícias nacionais e locais evidencia uma característica de identidade simbólica do jornal, que pretende construir uma imagem de referência nacional. A construção de seu conteúdo revela a intenção e o comportamento discursivo de um porta-voz oficial de notícias do país, além de revelar um objetivo de proximidade.

No Le 20 Heures a intenção é lidar com estas duas esferas: a nacional e internacional de uma forma dinâmica que não suplante a importância da França para os franceses, mas também a insira no contexto da comunidade europeia, buscando destacar sua integração e fortalecer sua imagem internacional. Na edição do dia 17 há uma disposição das notícias de modo a começar no âmbito global (com as duas reportagens, uma nota coberta e uma entrada “ao vivo” do Massacre em Newton), e em uma transição passar para o nacional com projeção internacional também (as quatro reportagens sobre os Exilados Fiscais e o caso Depardieu, que aqui abordaram a Bélgica). No último bloco são as notícias locais e de editorias mais leves: cultura, gastronomia, datas comemorativas (na edição tratava-se das três

reportagens com temas relacionados ao Natal e a crônica culinária sobre o Foie Gras).

6.6 Condições de aparecimento: Históricas, Políticas e Culturais

A história de construção do Estado democrático francês repercute diariamente nos modos de vida da população, na cultura e nas mais diferentes esferas da sociedade. A noção simbólica de patriotismo e de pertencimento, por exemplo, encontra fontes também na Constituição de 1958. Não apenas “a liberdade, igualdade e fraternidade”, mas o reforço da identidade nacional e a soberania da República são destacados: “A língua da República é o francês. O emblema nacional é a bandeira tricolor azul, branco e vermelho. O hino é a Marseillaise, A máxima da República é Liberdade, Igualdade e Fraternidade. Seu princípio é: governo do povo, pelo povo e para o povo”¹²(Constituição de 1958, Artigo 2)

Considerarmos que as influências históricas e culturais constroem certas possibilidades de surgimentos de discursos do jornalismo naquele país. É possível perceber que o discurso produzido no modo de produção do telejornal francês é atravessado também por este discurso republicano. Observamos que o jornal se apropria do princípio republicano na construção de uma identidade própria. Há influência inclusive nos critérios de noticiabilidade construídos no telejornal: as reportagens levam em consideração o direito dos cidadãos, o que não foi cumprido ou que foi infringido, e a defesa do sentimento de patriotismo é um ângulo sempre usado.

Na edição analisada, temos um bloco inteiro dedicado ao que o jornal chama de “O caso Depardieu”. São quatro reportagens de mais de dois minutos de duração (tempo considerado longo para os padrões do jornal). Depois de adquirir a

¹²

« La langue de la République est le français.
L'emblème national est le drapeau tricolore, bleu, blanc, rouge.
L'hymne national est la Marseillaise.
La devise de la République est Liberté, Égalité, Fraternité.
Son principe est : gouvernement du peuple, par le peuple et pour le peuple. »
— Article 2 de la Constitution

nacionalidade russa para fugir dos impostos sobre altos valores na França (imposto na bolsa de valores para as maiores rendas é de 40%, mas segundo intenções do presidente seria aumentado para 75%), Depardieu foi criticado pelos mais patriotas por abandonar seu país e se recusar a contribuir para o crescimento nacional. Mas ele não foi o único, empresários (como Bernard Arnault), artistas e esportistas já haviam adotado essa prática (http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/12/17/exil-fiscal-la-polemique-depardieu-apres-arnault-et-clavier_1807612_3234.html)

Interpretamos que o jornal constroi e dispõe as reportagens de uma forma a repreender a prática de “abandonar” o país para pagar menos impostos. Na primeira reportagem (Exilados Fiscais: Porquê a Bélgica?), há a contextualização do problema. A cabeça da matéria traz a informação de que em dez anos 6000 pessoas deixaram a França por razões fiscais. Por isso, a reportagem procura mostrar porque a escolha deste país. Na França o Imposto sobre o patrimônio é de 2%, e o Imposto no Mercado de Ações é de 40%. Na Bélgica não há taxas para esse tipo de imposto. Além disso, a reportagem também aponta porque muitos exilados fiscais escolhem também a Suíça: as taxas de empresários são de 40%, enquanto na França são de 65%. Vale destacar que na França os impostos são proporcionais à renda: contribui mais quem ganha mais.

Em seguida, a próxima reportagem comenta sobre outros artistas que deixaram o país por motivos fiscais. Com uma abordagem negativa dessa prática, a primeira imagem do VT revela a posição do telejornal, é o cantor Serge Gainsbourg queimando uma nota de 50 euros, em uma atitude contra os impostos.



Figura 23. Atitude de Gainsbourg contra os impostos

Em uma sonora do mesmo VT, as palavras de Line Renault, uma atriz e cantora popular no país, resume o argumento que o telejornal assume com as

reportagens. “Se você me perguntar se eu faria a mesma coisa, eu diria que não. Por quê? Meu país está em dificuldade. Meu país me trouxe muitos valores. Nós não abandonamos o barco”.¹³

A terceira reportagem traz o ponto de vista da Bélgica que, segundo o jornal, se recusa a ser o paraíso fiscal da França. Na entrevista com uma das responsáveis por emitir os passaportes, Karine Lalieux, o jornal seleciona as frases que coincidem com seu ponto de vista: “Para se tornar belga é preciso ter um motivo sincero. Se o único motivo é escapar dos impostos franceses, para mim, parece-me totalmente insuportável e socialista”.¹⁴

No dia seguinte o jornal Le Monde publicou uma matéria intitulada: “A Bélgica se diz pronta para acolher os exilados fiscais”.¹⁵ A matéria traz uma entrevista em que o Ministro de Relações Exteriores Belga declara que a França estende a mão aos franceses tentados pelo exílio fiscal. Em relação à França, ele diz que ela deve: “assumir as consequências de um sistema fiscal que conduz os exilados a deixar o país”.¹⁶

O telejornal parece, portanto, ser construído de modo a ratificar uma posição editorial pré-definida. Podemos observar como o telejornal constroi simbolicamente seu ponto de vista pela maneira como dispõe as reportagens, na apropriação das entrevistas realizadas e nas escolhas editoriais. Seu discurso, e essencialmente esta reportagem, é atravessada pelos valores republicanos franceses e pelo sentimento de patriotismo.

A história do desenvolvimento do jornalismo no Brasil também se reflete no discurso do Jornal Nacional. A história nacional e o investimento privado influenciaram em muito o desenvolvimento do telejornalismo no Brasil.

O período da ditadura militar marcou profundamente a história nacional e teve um forte impacto no modo de se fazer jornalismo. Como comentou Rezende (2000),

¹³ “Si vous me demandez si je ferai la meme chose, je vous dirai: non. Pourquoi? Mon pays est en difficulté. Mon pays m’a apporté beaucoup de valeur. On ne quitte pas le bateau”.

¹⁴ “Pour devenir Belge Il faut un démarche sincere. Si la seule démarche est (...) échapper au fisc français, pour moi ça semble totalement insupportable e socialiste”

¹⁵ http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/12/18/la-belgique-se-dit-prete-a-accueillir-les-exiles-fiscaux-francais_1807679_3234.html

¹⁶ “assumer les conséquences d'un système fiscal qui conduit ses ressortissants à [quitter](#) le pays”.

a partir do Golpe de 1964, os jornais que continuaram funcionando adotaram uma postura de apoio a medidas governamentais, sem retratar o ponto de vista ou a manifestação da população. Na mesma época, sem opção de poder lidar com assuntos políticos, os telejornais se focavam transmitir notícias superficiais, culturais ou de entretenimento. Neste momento o telejornal buscava uma relação próxima com o telespectador, criando uma relação simbólica de empatia. Nas décadas seguintes, a Globo obteve investimentos tecnológicos e foi moldando seu modo de fazer jornalismo ao discurso da objetividade.

Depois de mais de 40 anos de desenvolvimento, podemos notar em cada elemento do discurso telejornalístico que Jornal Nacional representa a identidade da emissora, e busca ser uma referência em jornalismo baseado na objetividade e na informação precisa. A objetividade é aplicada aqui enquanto ritual estratégico.

Além disso, o principal pacto que o JN exerce com os enunciatários está no modo de se fazer notícias, propondo um jornalismo com credibilidade que se diz cumprir sua função social de informar com precisão.

Sua identidade é fortalecida também no modo de fazer jornalismo como mediação, que consegue informar sobre os fatos relevantes sem interpretá-los, mas possui técnicas que ratificam a identidade e presença do telejornal ou do repórter. Esse posicionamento é assegurado pela objetividade técnica das reportagens (como enquadramentos e recursos textuais) e pelo posicionamento dos apresentadores (que usam estratégias de conduta de mediatização corporal), em conjunto com outras técnicas de produção jornalística.

Podemos notar o uso destas estratégias na totalidade dos VTs analisados, e, principalmente, na reportagem sobre a Condenação no Julgamento do Mensalão. A linha seguida aqui é de transmitir as principais informações, mas sem aprofundamento ou maiores contextualizações. O jornal transmitiu o último dia do julgamento do Mensalão, um esquema de compra de apoio político orquestrado em 2006. O julgamento foi o mais longo da história do STF. Iniciado em agosto, ele foi concluído após 53 sessões e levou à condenação de 25 das 40 pessoas denunciadas pelo Ministério Público Federal em 2006. Entre os condenados, 13 terão que cumprir parte de suas penas na prisão.

O último dia foi marcado pelo conflito de poderes entre o Supremo Tribunal Federal e a Câmara dos Deputados. Com a condenação, de 5 votos a 4, os ministros decidiram pela cassação dos mandatos dos parlamentares com

condenação criminal transitada em julgado, o que implicaria na cassação dos três deputados federais João Paulo Cunha (PT), Pedro Henry (PP) e Valdemar Costa Neto (PR), além de José Genoino (PT), que poderia assumir uma cadeira em janeiro.

O Jornal Nacional mostrou na sua cobertura uma posição neutra, sem nem mesmo evidenciar ou aprofundar o conflito entre as duas instâncias: a judicial e a legislativa. Foram usadas imagens da sessão, com enquadramentos amplos, combinadas com um texto simples e direto, transmitindo a ideia de que o espectador poderia assistir a tudo quase em tempo real. As informações dadas nos OFFs foram similares as do jornal impresso Folha de S Paulo do dia 18 (dia em que a notícia repercutiu na mídia impressa). Até mesmo a seleção da sonora do ministro Celso de Mello foi a mesma selecionada pela Folha, mas para ela utilizado para mostrar uma opinião: "A insubordinação legislativa ou executiva diante de decisão judicial revela-se comportamento intolerável, inaceitável e incompreensível"¹⁷

A Folha dedicou duas reportagens e um editorial ao tema, expondo nos textos das reportagens, que deveriam ser neutros, uma problematização sobre o conflito dos poderes¹⁸. O editorial somente reforça o ponto de vista do impresso nas informações das duas matérias, que é contrario à decisão do STF, pois argumenta que excedeu funções ao cassar os deputados, mas também desaprova a Câmara por cogitar descumprir a decisão judicial. Com esse referencial, podemos notar a ausência de aprofundamento ou posicionamento do Jornal Nacional na produção deste VT. Não houve em nenhum momento no texto uma contextualização sobre o julgamento ou uma evidência mais clara de como a decisão do STF tem repercussão na Câmara. Percebemos o uso da técnica: um VT bem estruturado, com narrativas simples e imagens bem construídas.

A falta de aprofundamento e o excesso de técnicas fazem parte da estratégia do jornal de transmitir a informação com menos interferências possíveis, que remeta aos valores de objetividade.

¹⁷ <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/84429-conflito-desnecessario.shtml>

¹⁸ <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/84505-stf-manda-cassar-deputados-e-conclui-julgamento-historico.shtml>

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/84511-camara-critica-stf-e-affirma-que-vai-tentar-mudar-decisao.shtml>

6.7 Inscrição do enunciatário

Bakhtin (2003) afirma que o enunciado está ligado não só aos discursos precedentes, mas também aos elos subseqüentes da comunicação discursiva, no sentido de que se constroi o enunciado se buscando ações responsivas. Todo enunciado tem autor e destinatário.

Um aspecto essencial do enunciado é seu direcionamento ou endereçamento, já que o receptor e o emissor estão presentes na situação comunicativa.

A consideração do destinatário e sua influência sobre a construção do enunciado são muito simples. Tudo se resume ao volume dos seus conhecimentos especiais (BAKHTIN, 2003, p. 302)

O discurso jornalístico busca o estilo neutro (objetivo) de exposição, concentrado ao máximo em seu objeto, e desenvolve uma certa concepção abstrata do destinatário.

Tais estilos objetivos-neutros produzem uma seleção de meios lingüísticos não só do ponto de vista do proposto fundo aperceptível do destinatário do discurso, mas esse fundo é levado em conta de modo extremamente genérico e abstraído do seu aspecto expressivo (também é mínima a expressão do próprio falante no estilo objetivo) (BAKHTIN, 2003, p.304).

Vários fatores contribuem para o grau de influência do destinatário, como posição social, título, idade do destinatário e até posição do próprio falante.

Notamos que nos enunciados do Jornal Nacional há uma intencionalidade de eficácia da mensagem, para um efeito imediato de recepção: os recursos lingüísticos, sonoros e visuais pretendem criar uma mensagem clara, simples e concisa.

Os enquadramentos usados nas matérias denotam uma ideia de neutralidade e pretendem transmitir o fato de uma forma objetiva, com o uso de imagens paradas e planos abertos. A construção do texto é feita de forma a ser compreendida mais facilmente, com palavras simples e ordem direta. Essas e outras estratégias performáticas e verbais, articuladas à transmissão direta dos telejornais, produzem uma situação de diálogo que posiciona os envolvidos no discurso a uma sensação de condição comum: uma conversa entre o telejornal (produtor de sentido) e o

espectador (receptor).

Essa condição comum, da qual os recursos estratégicos funcionam como modalizadores expressivos, não destitui o lugar de identificação do jornal. A figura do jornal está sempre aparente na mediação da informação, feita pelos apresentadores (na sua expressão corporal e entonação) e pelos repórteres (com a presença da passagem). O espectador permanece assim na posição de quem está disposto a ser informado, submetido a essa voz.

Rezende comenta que “a TV não é apenas um veículo do sistema nacional de comunicação. Ela desfruta de um prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população”. (REZENDE, 2000, p.23)

Como é interpretado como a única referência de notícias para muitos brasileiros, o JN, na produção de notícias, leva em conta a maior abrangência e supõe uma conversação simples e direta: quanto mais simples a mensagem, ela será mais compreensível para mais pessoas. O discurso do JN é menos elaborado num primeiro momento para atingir o público de menor instrução, e, por consequência, os outros públicos mais instruídos compreenderão facilmente a mensagem.

O telejornal reproduz as principais manchetes dos jornais impressos de uma forma direta e simples, em forma de resumo, supondo que o espectador terá o primeiro contato com as reportagens através do JN. Essa postura revela uma posição definida do telespectador na situação discursiva: a posição de passividade.

No discurso do francês *Le 20 Heures* vemos a construção de uma identidade formada de acordo com os valores franceses que é aplicada pelas técnicas e estratégias da objetividade.

Vemos que as imagens são transmitidas com enquadramentos que supõem um efeito de realidade, e pretendem representar também (pelo cenário e jogo de cores durante o jornal) a França e os valores que fortalecem sua identidade. Percebemos que o texto é construído com uma estrutura sintática mais elaborada (ordem inversa) para ter efeitos de narratividade e também se procura criar um tom mais formal. Pelo modo de combinação dos códigos lingüísticos, icônicos e sonoros, o telejornal pretende transmitir uma informação correta, contextualizada e aprofundada. Para o espectador acompanhar as reportagens é preciso ter uma

atitude ativa, um certo esforço e grau de instrução para compreender o sentido da matéria.

Pelo modo como o jornal trata as informações e articula as reportagens, notamos que as posições editoriais do jornal são expressas na defesa dos valores republicanos tanto nos códigos lingüísticos, quanto nas imagens. O jornal coloca o espectador em uma posição ativa, supondo que este já tenha se informado por outros jornais e que queira buscar saber do assunto de forma aprofundada, além identificar a posição do jornal.

O discurso é mais elaborado e pré-concebido para um enunciador de nacionalidade francesa que tenha mais instrução e busque constantemente a informação, além de contribuir com a sociedade diariamente.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todo discurso pressupõe produção de sentido. Consideramos que o gênero televisivo jornalístico é formado por um conjunto de enunciados típicos deste campo de atividade. Seu modo de produção jornalístico estabelece relação de interlocução entre o jornal e os enunciatários (que estão sempre inscritos neste discurso). É no momento de produção e construção das notícias que “a enunciação ensaia simuladamente o exercício do dialogo televisual, como se pretendesse compartilhar a construção do sentido entre os jornalistas e os interlocutores” (FAUSTO NETO, 1995, p. 46)

Os telejornais analisados, portanto, possuem práticas e estratégias características que pretendem produzir determinados efeitos de sentido. Além disso, o sentido de um discurso não é único e submisso ao enunciador. Outros discursos e condições externas (históricas, políticas, econômicas e restrições) ao nível discursivo constroem de forma equivalente o efeito de sentido no momento da enunciação.

Analisamos neste trabalho algumas destas condições de produção dos discursos do telejornal Le 20 Heures e Jornal Nacional, além de considerarmos suas condições de aparecimento e influências externas. Como parte de um trabalho de pesquisa inicial, apontaremos, portanto, as formas e comportamentos de construção de enunciados de cada telejornal, refletindo sobre como estes discursos são formados.

O telejornal francês Le 20 Heures é o mais tradicional e antigo da República Francesa. O programa se configurou atrelado à construção e consolidação da democracia no país, e ele refletiu também a incorporações de noções norte-americanas de objetividade a partir da privatização de seu canal, na década de 60.

Observamos também que a história sócio-política de formação da França continua presente na cultura e na sociedade francesa. Constatamos que ainda hoje a sociedade cultiva valores nacionalistas e democráticos. Muito desta influência histórico-cultural é absorvido na construção da identidade do Le 20 Heures.

Em relação ao formato, percebemos que em um nível discursivo, além das estruturas das reportagens, a montagem e organização do telejornal pretendem remeter à identidade do jornal: embasada nos valores republicanos, nas suas posições políticas, e buscando sempre reforçar o patriotismo.

Este objetivo é blindado pela objetividade aplicada enquanto ritual estratégico na produção do jornal: nas reportagens, nas entrevistas ou na apresentação, o uso de recursos técnicos do jornalismo possibilitam uma primeira identificação que remete à credibilidade e à transparência.

Nosso objetivo inicial não era traçar o perfil dos espectadores do telejornal. Mas, como todo discurso pressupõe um receptor, podemos notar pelo comportamento do L20H e de suas estratégias de produção de notícias, que há um tipo de público concebido a priori: o francês, intelectual, que contribui diariamente com a construção da nação. Com posicionamentos diferentes das reportagens dos jornais impressos de maior circulação (Le Monde, Le Figaro), o telejornal supõe que o telespectador já tenha conhecimento prévio do tema, tenha interesse em aprofundá-lo e queira ter outra posição acerca do tema para refletir e construir sua opinião.

No Brasil, Jornal Nacional é o jornal com maior valor simbólico de referência na área para o jornalismo, assim como para a população (Rezende, 2000). Criado em 1969, o telejornal surgiu em meio à situação sócio-política do Brasil na época, se desenvolvendo tecnicamente em grande parte pelo investimento privado. Ao longo do tempo o JN foi se modificando e se atualizando conforme a dinâmica social do país e segundo suas diretrizes adaptadas do modelo-norte americano de jornalismo.

Hoje, o modo de fazer notícia do JN nos revela que o telejornal tem um princípio primordial de manter e reiterar sua identidade como referência nacional. Apoiado na função de jornalismo social, que atende às demandas da sociedade, o JN tem a premissa de representar e atender as diferentes demandas da população brasileira, que é totalmente diversificada.

Influenciado ainda pela corrente de objetividade dos anos 70, o jornal busca associar sua imagem aos valores norte-americanos. Porém, o que vemos é uma adaptação destes valores à realidade brasileira: na produção das notícias, há uma preocupação excessiva com a forma em detrimento de um conteúdo. Na construção de seu discurso jornalístico, a objetividade é buscada apenas como um fim, e não como um meio para um jornalismo engajado com a realidade social. É a objetividade pela objetividade. Essa redundância discursiva é refletida no uso de técnicas e estratégias para a eficiente transmissão da mensagem.

O formato do telejornal é pensado de maneira a reproduzir os valores símbolo do jornal: a eficiência e objetividade. As imagens do JN e a sua construção

audiovisual são pautadas pelas técnicas jornalísticas baseadas na objetividade, mas que supõem uma mediação que ratifica a identidade do jornal.

A preocupação estética com o formato é a primeira característica perceptível do modo de fazer jornalismo do JN, assim como a mais fortalecida no seu discurso. Na tentativa de vincular tais procedimentos à neutralidade, e, portanto, à identidade do jornal, o conteúdo é pensado em segundo plano.

Desta forma, as estratégias de configuração do formato e conteúdo do telejornal indicam uma tentativa de construção do valor da objetividade, presente em seu discurso. As condições anteriores que possibilitaram e influenciaram a configuração deste discurso nasceram desde a implementação de seu modelo, passaram pelo seu desenvolvimento atrelado à história do Brasil (especialmente a época da ditadura), pelo investimento econômico e culminaram no objetivo financeiro, presente até hoje.

Enquanto o Le 20 Heures é condicionado, além de outros fatores, pelos valores franceses, o JN nos parece estar condicionado essencialmente aos fatores econômicos. Vimos que o discurso do JN é justificado essencialmente pela objetividade como um fim. Dentro desse discurso há um outro tão ou mais relevante quanto, porém menos evidenciado pela sua identidade: o discurso econômico. O jornal quer transmitir com clareza e com eficácia para que mais telespectadores o acompanhem. Trata-se da busca pela maior audiência e para tentar mantê-la.

Rezende (2000) comenta sobre o modelo de telejornalismo no Brasil e sua dependência da audiência:

Sob a ditadura do lucro, os programas e a linguagem que a TV emprega se adaptam, na forma e conteúdo, ao perfil do público aos quais se dirigem. A fórmula adotada pelo sistema comercial de TV é simples: uma audiência maior aumenta o faturamento publicitário e agrega rentabilidade às empresas de televisão. Tal lógica de produção sacrifica o telespectador-cidadão e exalta o telespectador-consumidor, referencia básica de toda essa operação mercantil (REZENDE, 2000, p.25)

No discurso do Jornal Nacional, portanto, o telespectador tem uma importância fundamental. É pensando em como a mensagem deve chegar a ele que a construção das notícias é feita. Há a intenção de a notícia ser a mais abrangente possível, e é construída de maneira a atingir o maior número de pessoas possível, pois “quanto maior o público consumidor, quanto mais diferenciados os receptores, mais simples e direta deve ser a linguagem”. (SODRÉ e FERRARI, 1987, p.11)

Podemos perceber pela forma como o telejornal é construído que há um perfil de público pré-concebido: o espectador que tem uma atitude passiva e espera que a notícia tenha um formato compreensível e claro. Como o jornal lida com abrangência de públicos, constroi sua reportagem primeiramente para o perfil de espectador menos instruído, que automaticamente os com diferentes níveis de instrução compreenderão. Segundo o site do telejornal, a maior audiência da emissora é a da classe C (45%). Reproduzindo as principais notícias dos jornais impressos, mas em formatos e conteúdos simplificados, o jornal supõe que informará o espectador em primeira mão. Em qualquer circunstância, a notícia deve ser clara e compreensível. Ao colocar o espectador nesta posição discursiva, o jornal acaba o subestimando.

Desta feita, apontamos as principais características que diferenciam os efeitos de sentido produzidos pelos dois telejornais. Percebemos no Brasil, na nossa realidade e perspectiva, que o esmero desmedido na forma, sem um cuidado equivalente com a qualidade jornalística, expressa uma interpretação deformada das técnicas do modelo norte-americano de telejornalismo. As técnicas e práticas do JN tem um objetivo de fortalecer a identidade do jornal e relacioná-la a objetividade, tomada aqui como valor primordial e justificativa para o interesse econômico.

No Brasil, a televisão é mais do que apenas um veículo e possui um valor simbólico nacional, assim como desfruta de um prestígio social considerável. Restamos refletir sobre o discurso que está sendo construído diariamente nas casas de dois milhões de brasileiros.¹⁹

Consideramos que o telejornal francês Le 20 Heures, por sua construção histórica e características atuais, representa o modelo de televisão privado na França, sendo dependente da audiência. O telejornal, apesar da dimensão financeira, direciona e constroi seu discurso de uma forma a evidenciar uma linha editorial definida (seus valores republicanos), por meio de técnicas que remetam à objetividade.

O Jornal Nacional se configurou em meio a influências do desenvolvimento político-social do Brasil, e tem sua estrutura desde o início privada. O telejornal adota um discurso de objetividade, aplicado pela técnica e justificado pela busca da audiência. Porém, este discurso não admite que a objetividade é um valor abstrato e

¹⁹Fonte: http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_jornalismo/jnac5_ap.php

uma diretriz, mais do que um conceito alcançável e rígido. Durante as edições, vemos que os recursos usados não externam sua linha editorial, subentendida como influenciável por fatores econômicos. Vemos uma redundância de discurso: não há objetivo além da objetividade. Não há uma opinião do jornal expressa e clara nas matérias, nem um compromisso com a transformação social. A objetividade é o fim. Seu discurso é produzido numa tradução superficial dos valores norte americanos, e condicionado também por fatores econômicos.

8 REFERÊNCIAS

AIGUILLON, Benoit. **TF1 20 Heures: Intangible Carrefour Social?** TF1 8 PM Intangible Social Crosswords? International Journal of Information Sciences for Decision Making N.2, April, 1998.

AIGUILLON, Benoit. **Un demi-siècle de journal télévisé. Dans quelques instants votre journal télévisé.** L'Hartmattan, 2001.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia.** Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 1996

AMORIM, José Salomão David. **A proteção do interesse público na televisão de sinal aberto: a experiência da Europa Ocidental.**In. MOUILLAUD, Maurice, PORTO, Sérgio Dayrell. (orgs.). **O Jornal.** Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997. Disponível em: <www.observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em: 06/07/2004.

ARCQUEMBOURG, Jocelyne. **L'événement en direct et en continu.** L'exemple de la guerre du Golfe. Paris: Reseaux, 1996.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal.** Martins Fontes: SP, 2003.

_____. **TF1 20 Heures Intangible Carrefour Social?** Disponível em: http://isd.m.univ-tln.fr/PDF/isd.m2/isd.m2a14_aiguillon.pdf acesso em 5 de fevereiro de 2013).

BESANÇON, Alan. **L'image interdite, une histoire intellectuelle de l'iconoclasme.** Paris: Fayard, 1994.

BORDIEU, Pierre. **Esquisse d'une théorie de la pratique.** Paris: Mouton-Bordas, 1971.

_____. **Sobre a Televisão:** seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos

Olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BORELLI, Silvia H. S. & PRIOLLI, Gabriel (org.). **A Deusa ferida**: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus, 2000.

BRASIL, Antônio. **Procura-se um manual de telejornalismo**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/qtv060320021.htm>>.

Acesso em: 12/04/2012.

BRUSINI, H. e JAMES, F. **Voir la vérité**: le journalisme de télévision. Paris: PUF, 1982.

CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre. L&PM.1982.

CHALABY, J. 2003. **O Jornalismo como invenção anglo-americana: Comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano (1830-1920)**. Media & Jornalismo. [online]. Coimbra, nov. 2003, 1(3):29-50. Disponível em:

<http://revcom.portcom.intercom.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S14556812003000300004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 12/05/2012.

COULOMB-GULLY, Marlène. **Les informations télévisées**, Paris, PUF, 1995.

Conselho Superior do Audiovisual (CSA). **Regulação da publicidade nas Comunicações Sociais**. Disponível em: <<http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/Les-communications-commerciales/La-publicite>>. Acesso em: 23/08/2012.

_____. **Dados brutos do audiovisual no segundo semestre de 2011**. Disponível em: <<http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-chiffres-cles/Les-chiffres-cles-de-l-audiovisuel-francais-Edition-du-2nd-semester-2011>>. Acesso em: 01/08/2012

DEBRAY, Régis. **Vida e Morte da Imagem – Uma História do Olhar no Ocidente**. Rio de Janeiro: Vozes, 1993.

DELPORTE, C. Histoire **du journalisme et des journalistes en France**: (du XVIIe siècle à nos jours). Presses Universitaires de France, 1995

DRUMMOND, Victor. **A investigação do norte e a do sul**. (Disponível em: <http://www.canaldaimprensa.com> Acesso em 13/08/2003)

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**. Como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão, Ed.UFS; Aracaju: Fundação Oviedo Teixeira, 2005.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 1979.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.

GLOBO. **Jornal Nacional - a Notícia Faz História**. São Paulo: Zahar, 2009.

GUTMANN, Juliana. **O que Dizem os Enquadramentos de Câmera no Telejornal de Rede Brasileiro?** Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1606-1.pdf>> Acesso em: 13/01/2013

HAGHE, Jean-Paul. **Histoire du journal télévisé en France**, "Ressources médias", site do CLEMI (Le Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information de l'Académie de Paris, Disponível em : <http://clemi.scola.ac-paris.fr/fic02.html>, Acesso em: 25/10/2012)

HERZ, D. **A História Secreta de Rede Globo**. São Paulo: Ortiz, 1991.

Instituto Nacional de Estatística e Estudos Econômicos da França. Disponível em: <http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATnon05140>. Acesso em: 30/07/2012.

JENSEN, K.-B. **Making sense of the news**. Towards a theory and an empirical model of reception for the study of mass communication. Aarhus/Denmark: Aarhus University Press, 1986.

LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor Tv do mundo: o modelo britânico de comunicação**. São Paulo: Summus, 1997.

LEBLANC, Gérard. **Treize heures, vingt heures, le monde en suspens**. Paris: Hitzeroth, 1987.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **O adiantado da hora: a influência Americana sobre o jornalismo brasileiro**. São Paulo: Summus, 1991.

LOPES, Felisbela. **O telejornalismo e o serviço público**. Coimbra: Minerva, 1999.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 3 ed. São Paulo: Senac, 2003.

MANDEL, Ernest. **Le Troisième âge du capitalisme**. Paris: UGE, 1976.

MELO, José Marques de. **Ideologia, Cultura e Comunicação no Brasil**. São Bernardo do Campo: Editora IMS Pós-Graduação, 1982.

MELLO, Jaciana Novaes. **Telejornalismo no Brasil**. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf>>. Acesso em: 23/10/2012.

MOUSSEAU, Jacques. **La télévision et son public**. Communication et langages/87. Disponível em: <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-

1500_1991_num_87_1_2280>. Acesso em: 20/08/2012.

Mapeamento da Ancine sobre a TV aberta, 2010. Disponível em: http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento_TVAberta_Publicacao.pdf> Acesso em: 16/08/2012.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

NOBRE-CORREIA, J.M. **Histoire des Médias en Europe**, 9a ed. Bruxelas: PUB, 2007.

O ESTADO DE SÃO PAULO. **Manual de redação e estilo**. Organizado por E. Martins. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 1990.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. 3. ed. São Paulo : Brasiliense, 1991.

PEIXOTO, Nelson Brissac. **As imagens de TV têm tempo?** In: _____. Rede imaginária: televisão e democracia. São Paulo: Companhia das Letras; Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

PEREIRA JR, Alfredo Vizeu. **Decidindo o que é notícia**.: os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005..

_____. **O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica**.

Disponível em:

<http://www.unifra.br/professores/viviane/telejornalismo_referencia_Sbpjor.pdf>.

Acesso em: 20/08/2012.

PICCINI, Fabiana. **Notícias na TV Global**: Diferenças (ou não) entre o telejornalismo americano e europeu. Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/piccinin-fabiana-telejornalismo-americano-europeu.html>>. Acesso em 29/08/2012.

POSSENTI, Sírío: **Apresentação da análise do discurso**. 11/1990 ; Revista de Estudos Linguísticos, São José do Rio Preto: Glotta, 1990.

REDE GLOBO DE TELEVISÃO. **Manual de telejornalismo - Rede Globo**. Rio de Janeiro: edição interna, 1984.

_____. **Princípios Editoriais das Organizações Globo**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.html#principios-editoriais>>. Acesso em: 22/08/2012.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**. São Paulo: Summus, 2000.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Imprensa e história do Rio de Janeiro dos anos 50**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

RUELLAN, Denis. **Grupo profissional e mercado de trabalho do jornalismo**. Comunicação e Sociedade, Vol. 5, 2004.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: técnica de redação**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1987.

SCHUDSON, Michael. *Discovering the News*. Nova York: Basic Books, 1978.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos: as “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1999.

TACUSSEL, Patrick. **Televisão e mudança de valores na sociedade francesa**. In: Revista FAMECOS. Porto Alegre, numero 15, agosto de 2001.

TRAQUINA, N. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2ª edição. Lisboa: Editora Veja, 1999.

TUCHMAN, Gaye. *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New

York: The Free Press, 1978

VERON, Eliseo. **La semiosis sociale**. Barcelona: Editorial Gedisa, 1998.

WOLTON, Dominique. **Eloge du grand public** : une théorie critique de la télévision. France: Flammarion, 1990.

WOLTON, D. **La dernière utopie**. Naissance de l'Europe démocratique. Paris: Flammarion, 1993.

WOLTON, Dominique, **E depois da Internet?** - para uma teoria crítica dos novos médias. Lisboa: Difel, 2000.

9 ANEXOS

Tabela 1

		Le 20 Heures 17/12		Tempo total: 35''22''
Tipo	Título	Cabeça	Estrutura	Duraçã o
Escalada			Chamada VT Newton (teaser)+ Boas Vindas+ Chamada VT Exílio Fiscal + Tunísia + Logística dos pacotes no Natal+ Foie Gras	1'35''
VT	Massacre em Newton: quem era a mãe do assasino?	Para compreender quem era o assassino do massacre, Adam Lanza, um estudante brilhante, recluso, paranoico, é preciso saber de sua mãe, que o criou só numa cultura de armas	OFF+SON+OFF+ SON+ OFF+SON+OFF +PASSAGEM	2'09''
VT	EUA: luta contra a venda de armas	Cerca de 3 milhões de armas circulam nos EUA, quase o mesmo que o número de habitantes. Face à influência dos lobbys e à imobilidade da classe política, associações tentam inverter o curso dos acontecimentos	OFF+SON+OFF	1'18''
NC	Obama promete se esforçar para evitar nosos massacres	O presidente americano se comprometeu a ouvir nas semanas a seguir uma reflexão sobre os meio de se evitarem novos Massacres, como o de Newton, julgando que os EUA não fazem o "suficiente" para proteger suas crianças		1'10''
AO VIVO	Massacre de Newton: quais as soluções contra a	Direto de Washington, Michel Floquet aponta a quais soluções o		50''

	venda de armas?	governo americano poderia recorrer, enquanto uma manifestação de pessoas próximas das vítimas está prevista para quarta		
VT	Exilados Fiscais: porquê a Bélgica?	Como Gérard Depardieu, eles são, segundo os dados oficiais, mais de 6.000 que deixaram a França nos dez últimos anos para escapar do imposto de renda. A escolha do lugar de sua destinação não se é ao acaso	OFF+SON+OFF	57"
VT	Fiscalização: artistas que deixaram a França	Gérard Depardieu não é o primeiro e nem o último artista a escolher céus fiscais mais misericordiosos*. Sejam cantores, comediantes ou escritores, dezenas foram procurar um dia a inspiração e principalmente a redução fiscal fora.	OFF+SON+OFF+SON +OFF+SON+OFF+SON +OFF+SON+OFF	2'
VT	Depardieu na Bélgica: o que pensa Bruxelas?	A polémica Gérard Depardieu e sua intenção de se tornar belga nem sempre provoca risos no país que se recusa a ser um paraíso fiscal	OFF+SON+OFF+SON+ OFF+SON+OFF	2'26"
VT	Hollande se recusa a ultrapassar Depardieu, clama o patriotismo	François Hollande se recusou, na segunda-feira, a acusar o exílio fiscal do ator Gérard Depardieu na Bélgica, preferindo louvar os méritos dos franceses que pagam seus impostos	OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+ OFF+SON+OFF+SON+OFF	2'07"
NP	Condenação do Ministro Montebourg a indenizar o senador socialista Guerini			17"
NC	Aumento do salário mínimo em 4,3			18"

	euros			
NC	Parciais das eleições legislativas			31"
VT	A Tunísia: dois anos após a Revolução de Jasmin	No exterior, ela foi o berço da Primavera Árabe. A Tunísia comemora hoje o segundo aniversário de sua revolução de "Jasmin. A euforia que seguiu a queda de Ben Ali deixou, como vocês vão ver, apenas descontentamentos. Nossos enviados especiais voltaram a Sid Bouzid, cidade onde começava a revolta em dezembro de 2010.	OFF+SON+OFF+SON+OFF+PASS+OFF+SON+OFF+SON+OFF	1'54"
NC	Projeto de Constituição do Egito			19"
VT	Pai de Marc Machin destaca o problema da custódia	O pai de Marc Machin contou segunda diante do tribunal de Paris como os policiais que haviam colocado seu filho sob custódia, no meio de dezembro de 2011, para o interrogar sobre a morte de uma mulher na Ponte de Neuilly, haviam chamado pelos "seus serviços" para "fazer pressão "sob ele	OFF+SON+OFF+SON+PASSAGEM	2'18"
VT	Presentes de Natal sob Vigilância na A7 (Estrada)	Centenas de policiais vigiam os pesos-pesados que transportam os presentes de Natal para que eles cheguem seguramente. Reportagem sobre o trabalho das forças policiais na estrada A7, perto de Viena, no Vale de Rhône	OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF+OFF+SON+OFF	1'
VT	Natal: pico de entregas de pacotes nos	Os correios adotaram tecnologias ultra-modernas para entregar antes do dia	OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF	1'47"

	Correios	25 montanhas de presentes. Eles lidaram esta segunda com mais de 2 milhões de pacotes, o recorde do ano.		
CHAMADA	VT Foie Gras e Mundaça profissional aos 50 anos			25
VT	Aos 50 anos, eles mudaram de campo profissional	A crise pode ser também sinônimo de mudanças e de novas oportunidades, mesmo após os 50 anos. Encontro com esses franceses e francesas que viraram a carreira aos 180 graus	SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF	4'15"
VT (Crônica Culinária)	O Foie Gras, da preparação aos nossos pratos festivos	Os franceses consomem 20.000 toneladas de foie gras cada ano, que ganhou espaço nas nossas mesas festivas. Do campo, ao prato, passando pelas mãos do chef, veja como o degustar no pot-au-feu	OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON	3'41"
NC	Reforma Ilha Seguin			30"
VT	Natal: sobre a árvore, livros	O valor dos presentes de Natal soube bem se renovar: incríveis livros-objetos fizeram sua aparição nas prateleiras das livrarias	OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF	1'45"
CHAMADA	Programa Au Fil de La nuit			23"
NC	Piloto Romain Grosjean na Lotus, F1			10"
FOTO DO DIA	Jogo de Footbal no Canadá, 1 minuto de silêncio pelas vítimas de Newton			21"

*Céus misericordiosos (cieux cléments): expressão francesa que designa um tempo calmo, ou, figurativamente, indulgência.

Tabela 2

		Jornal Nacional 17/12		Tempo Total: 27'08"
Tipo	Título	Cabeça	Estrutura	Duração
Escalada			Chamada VT STF + Apagão (teaser) + Divórcios + Segurança Aeroportos (teaser) + Royalties	35"
VT	Apagão em 12 Estados	O apagão que deixou áreas de 12 estados brasileiros às escuras no último sábado pode ter sido provocado por um raio. Foi o quinto grande blecaute este ano	OFF+PASS+SON +OFF+ SON+OFF+SON+ NOTA RETORNO	2'09"
VT	Mudança nos Aeroportos	Os brasileiros que viajarem de avião neste fim de ano vão encontrar novidades preparadas pelas companhias aéreas. São tentativas de evitar a repetição dos tumultos registrados nos últimos anos	OFF+SON+OFF+ SON+OFF+PASS +OFF+SON+OFF +NOTA RETORNO	2'19"
VT	Segurança nos Aeroportos	A polícia do RJ apontou falhas no sistema de vigilância das malas desembarcadas no aeroporto Tom Jobim. Segundo a investigação, as companhias aéreas responsáveis pelas bagagens, deixam brechas para os ladrões	OFF+SON+OFF+ SON+OFF+PASS +OFF+SON+OFF +SON+NOTA RETORNO	2'19"
NC	Vendaval no RS			17"
Previsão do tempo				1'12"
Chamada	Divórcios + Notas			7"

	falsas			
VT	Aumento de Divórcios no Brasil	O IBGE divulgou hoje as estatísticas do registro civil de 2011, e a pesquisa mostra um recorde no número de divórcios aqui no Brasil	OFF+PASS+OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+SON	1'48"
VT	Alerta sobre falsificação de dinheiro	Um levantamento do Banco Central, que é bom levar em conta agora nesses dias de compras de Natal, este é um dos períodos preferidos pelos falsificadores de dinheiro	SON+OFF+PASS+SON+OFF+SON+OFF+SON+NOTA RETORNO	1'54"
VT	Vídeo na investigação de Willian da Rocinha	A justiça ouviu hoje no RJ o depoimento de uma testemunha que pode mudar as investigações conta um ex líder comunitário da favela da Rocinha, acusado de envolvimento com o tráfico de drogas	OFF+PASS+OFF+SON+OFF+SON+SON+OFF+SON+NOTA RETORNO	2'29"
NC	Prêmio Direitos Humanos 2012			23"
Chamada	Condenação do Mensalão no STF+ Veto de Royalties Petróleo + Salário Mínimo			13"
VT	Condenação do Mensalão no STF	O STF decidiu hoje que os deputados condenados pelo mensalão perderão os mandatos automaticamente. Foi a última das 53 sessões de julgamento do processo	OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+OFF+SON+PASS AGEM	3'19"
VT	Votação Royalties Petróleo	Mais um capítulo na briga pelos royalties do petróleo entre estados produtores e não produtores. O STF suspendeu a votação dos vetos	OFF+PASS+SON+OFF+SON	1'42"

		da presidente Dilma Rousseff que estava marcada para amanhã		
NP	Aumento Salário Mínimo			20"
VT	Constituição no Egito	Fora do Brasil grupos de oposição convocaram novos protestos pra amanhã no Egito. Mesmo depois do resultado do primeiro dia de votação, o objetivo deles é impedir que a nova constituição seja aprovada	OFF+PASSAGEM +OFF	1'16"
NC	Votação Venezuela			1'08"
NC	Lei de Imprensa na Argentina			34"